

Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad

Contribución de TMB
a los ODS y la Agenda 2030

Febrero 2022



Índice

1. Razones y oportunidad	6
1.1 Presentación y antecedentes	6
1.2 Rol proactivo de TMB en los actuales momentos de cambio	9
1.3 Cómo entendemos la responsabilidad social y la sostenibilidad en TMB. Principales ejes	10
1.4 Qué aporta el Plan de Acción de Responsabilidad Social y Sostenibilidad a TMB	18
1.5 Objetivos generales del Plan de Acción de Responsabilidad Social y Sostenibilidad	20
2. Marco estratégico	22
2.1 Responsabilidad social y sostenibilidad en el marco estratégico de TMB	22
2.2 Contribución de TMB a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	25
2.3 Integración de la RSyS en la misión, visión y valores de TMB	46
2.4 Grupos de interés de TMB. Materialidad y compromisos	48

Índice

3. Marco de gestión de la responsabilidad social y la sostenibilidad en TMB	59
3.1 Objetivos y ámbitos de impacto por cada área de TMB	62
Asesoría Jurídica y Buen Gobierno	63
Asesoría Jurídica y Buen Gobierno. Control de Gestión	64
Organización y Personas	65
Servicios Corporativos. Área de Clientes/as	67
Servicios Corporativos. Administración y Finanzas	68
Servicios Corporativos. Tecnología e Innovación	69
Servicios Corporativos. Marketing y Negocio Internacional	71
Red de Bus	73
Red de Metro	75
Comunicación y Relaciones Institucionales	77
3.2 Mecanismos de gestión	81
3.2.1 Órganos de gestión, participación y seguimiento	81
3.2.2 Definición y distribución de roles y responsabilidades	83
3.3 Sistema de <i>reporting</i>. Memoria de responsabilidad social y sostenibilidad	92

Índice

4. Hoja de ruta	94
4.1 Visión panorámica. Horizonte 2030	95
4.2 Indicadores clave de seguimiento	97
4.3 Acciones de lanzamiento y puesta en marcha	103



Razones y oportunidad

1. Razones y oportunidad

La responsabilidad social es la “forma de pensar y actuar” que tienen las organizaciones (públicas y privadas) en el nuevo paradigma del desarrollo sostenible.

1.1 Presentación y antecedentes

Transports Metropolitans de Barcelona presenta en este documento su Plan de Acción de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (en adelante, Plan de RSyS), en consonancia con el **Plan Estratégico TMB 2025**, aprobado por los consejos de Administración de la compañía el 2 de diciembre de 2021, y las expectativas marcadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS), consignados en la **Agenda 2030**.

El contenido del presente plan de acción es el resultado del trabajo realizado por el equipo de responsabilidad social en coordinación transversal y colaboración directa con las diferentes áreas funcionales y operativas que estructuran la empresa.

En coherencia con el compromiso de TMB de avanzar en el camino de la responsabilidad social y la sostenibilidad, se elabora este plan, en el cual se concreta un marco común de trabajo, tanto en el ámbito estratégico como operativo. El contenido del detalle operativo se recoge en una

parrilla de trabajo interno, un documento que complementa y acompaña a este, donde se refleja la distribución entre todas las áreas de TMB de los diferentes y respectivos **objetivos, indicadores y metas** que despliegan este plan.

Desde esta visión, el propósito es implantar el Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad que, fomentando la **participación e implicación de todo el mundo**, culmine en un cuadro de mandos con una serie de indicadores clave que se incorporen en los **sistemas de gestión integral de TMB**, como elemento de referencia para avanzar en el camino de la sostenibilidad.

El plan se refiere a Transports Metropolitans de Barcelona (TMB), que es la denominación de la estructura societaria del grupo Ferrocarril Metropolità de Barcelona, SA (FMB) y Transports de Barcelona, SA (TB), que gestionan la red de metro y bus, respectivamente, por cuenta del Área Metropolitana de Barcelona. Las sociedades Projectes i Serveis de Mobilitat, SA (PSM), encargada de gestionar servicios de movilidad pública de gestión directa del AMB (bicicleta compartida...) y otros servicios de movilidad (teleférico, bus turístico, etc.), y Transports Metropolitans de Barcelona, SL, que gestiona servicios de ingeniería y consultoría, operaciones de servicios de bus y otros sistemas de movilidad a través de licitación competitiva y otros negocios que puedan aportar beneficios a TMB.

También incluye la Fundación TMB, entidad sin ánimo de lucro que vela por la difusión y conservación del patrimonio histórico y cultural de la

empresa y promueve y fomenta los valores del transporte público a través de actividades sociales, educativas y culturales.

El presente plan contribuirá a aumentar la reputación de TMB y el nivel de **confianza** de todos sus **grupos de interés** y a **reducir las externalidades negativas** derivadas de las actividades de la empresa, así como a **fortalecer el compromiso** del equipo humano con unas formas de trabajar y de hacer todavía más responsables y sostenibles.

El Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de TMB se elabora con la pretensión de ser una referencia de nuestra hoja de ruta en responsabilidad y sostenibilidad con la mirada puesta en el horizonte 2030, marcada por Naciones Unidas con la Agenda 2030 y adoptada por la mayoría de países del mundo:

- Supondrá la formalización del **compromiso de TMB** como **empresa responsable** orientada al desarrollo sostenible de la sociedad.
- **Establecerá las bases estratégicas para asumir los retos de futuro** de una movilidad más responsable, sostenible, equitativa y cambiante.
- Ofrecerá una fotografía periódica sobre la **contribución de TMB a la consecución de la Agenda 2030**, mediante la identificación de los ODS más directamente impactados.
- Permitirá **rendir cuentas** y presentar con **transparencia**, a través de la publicación anual de la memoria de sostenibilidad, el estado de información no financiera de TMB, su contribución a los ODS y los impactos de nuestra actividad de forma sistematizada.

1.2 Rol proactivo de TMB en los actuales momentos de cambio

Desde hace años, TMB es referente de responsabilidad social y sostenibilidad en el Área Metropolitana de Barcelona y en Europa, hecho que ha sido uno de los ejes que ha vertebrado históricamente nuestra identidad, nuestra estrategia y nuestra voluntad de servicio público.

No obstante, como todas las organizaciones en la actualidad, ya sean públicas o privadas, en TMB estamos permanentemente alerta ante los continuos cambios y las tendencias sociales y ambientales que se están produciendo en el volátil, complejo e incierto entorno en el cual nos encontramos.

A lo largo de la historia, las ciudades se han ido transformando según ha cambiado la concepción de sí mismas. Pero desde hace unas décadas, más allá de concebir las ciudades como espacios físicos de desarrollo económico, la sociedad está reivindicando cada vez con más fuerza que las ciudades se conciban, se estructuren y se gestionen como verdaderos espacios de convivencia humana donde todo el mundo, sin exclusión, pueda encontrar respuesta a sus necesidades de movilidad y acceso a la educación, trabajo, sanidad, cultura y ocio, y donde la satisfacción de estas necesidades pueda garantizarse igualmente para las futuras generaciones.

Así, se está consolidando la exigencia a todas las organizaciones de

contribuir al nuevo paradigma del desarrollo sostenible, donde las consideraciones ambientales, sociales, laborales, económicas, éticas y de

1.3 Cómo entendemos la responsabilidad social y la sostenibilidad en TMB.

Principales ejes

Concebimos la responsabilidad social y la sostenibilidad (RSyS) como nuestra respuesta como empresa para contribuir a este nuevo modelo de desarrollo sostenible.

El desarrollo sostenible se definió en la Comisión Brundtland (1987) como “aquel que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”.

La responsabilidad social de TMB consiste en:

- Analizar las responsabilidades y los impactos –**económicos, ambientales, sociales, laborales, éticos y de gobernanza**– que la actividad de la organización tiene en el entorno, en los ODS y en los diferentes colectivos con los cuales se relaciona,
- Identificar esos colectivos, establecer **compromisos específicos** con todos ellos y actuar en consecuencia para dar satisfacción de forma

- equilibrada a sus necesidades y expectativas legítimas, más allá de las obligaciones legales existentes, y
- **Rendir cuentas** de forma transparente y responsable a todos los grupos de interés y a la sociedad en su conjunto.

La responsabilidad social nos aporta la posibilidad de contemplar la organización de forma holística e integral desde la perspectiva de la sostenibilidad, añadiendo a la visión convencional –gestión de los **aspectos financieros**– la importancia de considerar también en la gestión de la empresa y su cuadro de mandos un conjunto de objetivos, indicadores y metas relativos a los **aspectos no financieros** (ESG, por sus siglas en inglés) –**ambientales, sociales y de ética y gobernanza**.

Con estas consideraciones de base, establecemos los siguientes ejes de actuación, que sirven de referencia para identificar y estructurar los objetivos, indicadores y metas recogidos en este plan:

Eje 1. Gestión responsable, ética y transparente y prácticas de buen gobierno

[Aportación de valor económico]

[Aportación de valor ético y de buen gobierno]

Gestionar de forma responsable y eficiente los recursos que nos confía la ciudadanía –valor económico– y garantizar que la ética, la transparencia y las prácticas de buen gobierno forman parte de los criterios de toma de decisiones, de la cultura de la empresa y de su gestión –valor ético y de buen gobierno. Los aspectos que agrupamos

bajo este eje son:

- El propósito, la responsabilidad social y el compromiso de TMB con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Plan Estratégico alineado con la sostenibilidad.
- Gestión ética, valores y cultura de sostenibilidad.
- Transparencia y accesibilidad a la información.
- Cumplimiento normativo. Programa de *compliance*. Prevención de la corrupción y el fraude.
- Uso eficiente y equitativo de los recursos económicos. Concepto de valor económico generado y distribuido.
- Compra responsable.
- Prevención de riesgos financieros y no financieros; mapa de gestión de riesgos –ambiental, social y de ética y gobernanza.
- RSyS en el negocio internacional.
- Gestión del marco de relaciones con los grupos de interés e integración de sus aportaciones en la estrategia de TMB.
- Integración de la RSyS en un único sistema de gestión integral.
- Alianzas por un desarrollo sostenible.

**Eje 2. Servicio de movilidad, accesible, innovador y seguro
[Aportación de valor social, vinculado a nuestra razón de ser]**

Ofrecer un servicio que dé respuesta a las necesidades y expectativas de movilidad sostenible, con una accesibilidad universal y segura, estando permanentemente atentos para ofrecer nuevos servicios y recursos. Los aspectos que agrupamos bajo este eje son:

- Atención a las necesidades y expectativas de las personas usuarias –clientes/as. Mejora de la experiencia de viaje.
- Accesibilidad universal.
- Innovación, investigación.
- Seguridad y salud integral en la red de transporte.
- Medidas especiales para combatir la COVID-19. Prevención de otras situaciones de emergencia.
- Protección de datos.
- Uso de tecnologías seguras y sostenibles.

Eje 3. Compromiso con las personas trabajadoras [Aportación de valor social, en clave interna]

Potenciar el compromiso y participación del equipo humano de TMB y consolidar una cultura interna de responsabilidad y contribución al desarrollo sostenible. Consolidar TMB como una organización comprometida con el valor de las personas. Los aspectos que agrupamos bajo este eje son:

- Empleo de calidad.
- Atracción, formación y desarrollo del talento ético, responsable y sostenible.
- Retribución equitativa y justa.
- Bienestar, diversidad e inclusión.
- Corresponsabilidad en las relaciones laborales.

- Comunicación y participación interna.
- Igualdad de oportunidades y no discriminación.
- Salud y seguridad laboral.

Eje 4. Compromiso con la sociedad y las generaciones futuras [Aportación de valor social, en clave de sociedad y territorio]

Desarrollar un modelo de movilidad sostenible e inclusiva en el territorio para dar respuesta a las necesidades actuales, pero pensando también en las generaciones futuras. Los aspectos que agrupamos bajo este eje son:

- TMB sostenible. Contribución a la movilidad sostenible (ODS).
- TMB Educa.
- TMB Cultura.
- TMB Solidario.
- Gestión del patrimonio histórico.
- Comunicación y relación con las instituciones y la ciudadanía.
- *Marketing* responsable. La sostenibilidad como atributo de marca TMB.
- Civismo en el transporte público.

- Movilidad por un turismo sostenible.

Eje 5. Protección del medioambiente [Aportación de valor ambiental]

Velar porque la actividad de TMB se lleve a cabo con la máxima eficiencia energética, reduciendo el impacto ambiental, mejorando la calidad del aire, potenciando una cultura de economía circular y ayudando a frenar el cambio climático y las emisiones contaminantes a la atmósfera. Los aspectos que agrupamos bajo este eje son:

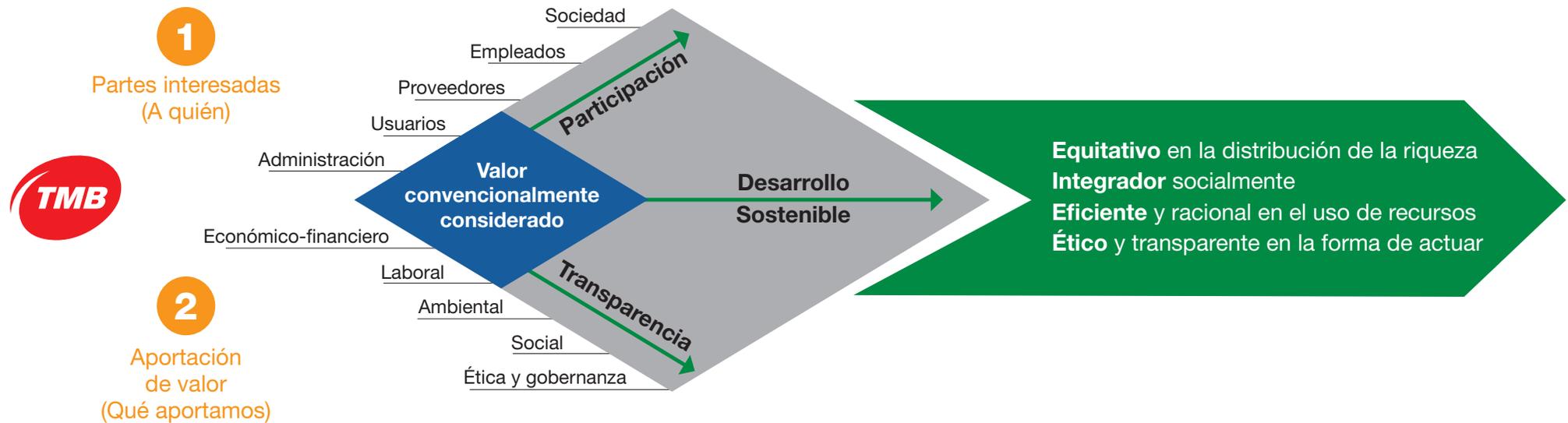
- Prevención de riesgos ambientales.
- Lucha contra el cambio climático: reducción de emisiones.
- Minimización del uso de recursos: agua y energía.
- Minimización de residuos.
- Fomento de la movilidad sostenible.

Hasta aquí hemos recogido una síntesis de los principales ejes que guían nuestras actuaciones. Los hitos que vayamos alcanzando en cada ciclo de gestión, con la mirada puesta en el horizonte 2030, los iremos compartiendo día a día en nuestra interacción directa con todas las partes interesadas y, periódicamente, a través de diferentes canales empresariales y de nuestra memoria de responsabilidad social y

sostenibilidad, que pondremos a disposición de todo el mundo.

Por lo tanto, como principal operador de referencia de servicios de movilidad en nuestro entorno, asumimos el compromiso de contribuir al modelo de desarrollo sostenible y a una sociedad más:

- **Equitativa** en la distribución de riqueza.
- **Integradora** e inclusiva socialmente.
- **Eficiente** en el uso de recursos.
- **Ética** en la forma de actuar y gobernar.



El presente plan contiene el marco estratégico, conceptual y operativo, el modelo de gestión y los mecanismos de seguimiento y evaluación, así como el cuadro de ámbitos de impacto, objetivos, indicadores y metas distribuidos entre las diferentes áreas de TMB.

La definición del plan ha tomado como referencia el Plan Estratégico TMB 2025 y un conjunto de tendencias, normas y estándares a escala internacional y local en materia de sostenibilidad, entre los cuales destacamos los siguientes:

- Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.
- Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad.
- Guía de la Global Reporting Initiative (GRI).

Además, hay todo un conjunto de referencias consultadas que pueden verse en el apartado 2.4.3 del presente documento.

1.4 Qué aporta el Plan de Acción de Responsabilidad Social y Sostenibilidad a TMB

Con el presente Plan de RSyS, TMB quiere dar un salto cualitativo adelante y reforzar los principios que guían nuestras actuaciones a través de una gestión ética, transparente, responsable, inclusiva y eficiente de los servicios que ofrece la empresa.

Por lo tanto, el Plan de RSyS se enmarca en el Plan Estratégico TMB 2025 y en las nuevas tendencias existentes y nos aporta valor en diferentes ámbitos:

- **Alinea las personas con el propósito de TMB.** Confirmación, bajo el denominador común de nuestra responsabilidad social, del propósito de TMB, de lo que queremos ser como organización, y consolidación de nuestra cultura colectiva, contribuyendo a una sociedad más ética, humana y sostenible.
- **Adecua la estrategia de TMB al modelo de desarrollo sostenible.** Retroalimentación de la estrategia y los objetivos de TMB desde la perspectiva de la sostenibilidad, identificando las inversiones necesarias, para adaptarnos a las nuevas expectativas de la sociedad, la ciudadanía y el conjunto de las partes interesadas.
- **Integra en el cuadro de mandos aspectos financieros y no financieros.** Consolidación de un sistema de gestión integral que incluye tanto los aspectos e indicadores financieros y de actividad

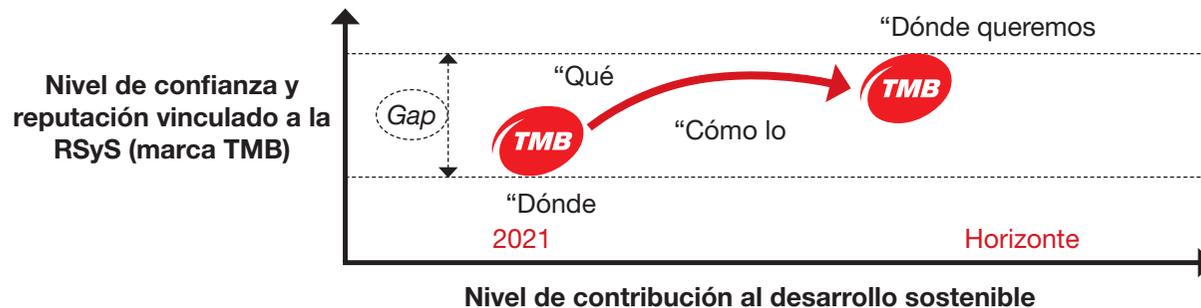
como los no financieros –ambientales, sociales y de ética y gobernanza.

- **Pone el foco de la RSyS en la gestión.** Inclusión de la responsabilidad social en el enfoque de gestión de todas las áreas de la empresa, a través del establecimiento de sus respectivos objetivos, indicadores de seguimiento y metas de consecución, para alcanzar los compromisos e hitos marcados.
- **Fomenta la transversalidad y participación.** Coordinación transversal de los esfuerzos colectivos para avanzar en sostenibilidad, aglutinando la integración de la responsabilidad social en la gestión a través de objetivos comunes de las diferentes áreas y unidades de negocio.
- **Nos orienta a la innovación y transformación responsable.** Implantación de nuevas líneas de actuación y potenciación de la tecnología y la innovación para mejorar el alineamiento de TMB con los valores y las nuevas tendencias en desarrollo sostenible, aportando mayor valor a la sociedad y minimizando nuestro impacto en el medioambiente.
- **Fortalece la confianza y reputación para ser referentes en movilidad sostenible.** Fortalecimiento de la confianza y la reputación de TMB, aumentando nuestra coherencia entre [lo que decimos] en nuestras declaraciones institucionales y [lo que hacemos] en el día a día, para convertirnos en una empresa de referencia en movilidad. La contribución voluntaria a la mejora ética, social, económica y ambiental de las empresas tiene un impacto positivo en la sociedad y en la imagen de marca y la reputación de la organización.

1.5 Objetivos generales del Plan de Acción de Responsabilidad Social y Sostenibilidad

El Plan de Acción de RSyS es el marco de referencia para desarrollar la responsabilidad social y la sostenibilidad en TMB en los próximos años y nos permite concretar de forma ordenada:

- **“Dónde estamos”**. Identificar las actuaciones que las diversas áreas de la empresa están llevando a cabo en la actualidad en clave de RSyS, realizando un análisis de la situación actual.
- **“Dónde queremos llegar”**. Definir unas líneas de actuación y unos objetivos alcanzables que impulsen la integración de la RSyS en las actividades de TMB y que estén integradas y alineadas con el propio plan estratégico corporativo.
- **“Qué haremos”**. Desplegar los objetivos en acciones que posicionen a TMB en el horizonte 2030 como referente en el sector, identificando al mismo tiempo las inversiones necesarias.
- **“Cómo lo haremos”**. Establecer una estructura de participación que estimule la involucración del conjunto de la organización para la integración de la RSyS en la cultura, la gestión y la actividad cotidiana de TMB, definiendo sistemas de transparencia, *reporting* y rendición de cuentas. Dicha estructura de participación y compromiso también se extiende a los grupos de





Marco estratégico

2. Marco estratégico

“El Plan de Responsabilidad Social es una de las bases estratégicas para afrontar los retos de futuro de una movilidad más responsable, sostenible, inclusiva y cambiante”.

2.1 Responsabilidad social y sostenibilidad en el marco estratégico de TMB

El Plan de Responsabilidad Social forma parte de las bases estratégicas que TMB se ha marcado para alcanzar los retos de futuro de una movilidad más responsable, sostenible, inclusiva y cambiante.

La apuesta por la responsabilidad social y la sostenibilidad forma parte de manera explícita del Plan Estratégico TMB 2025 y está estrechamente vinculada a su razón de ser, ya que las infraestructuras y servicios de transporte público que gestionamos representan uno de los pilares de la calidad de vida de la ciudadanía y del equilibrio del territorio.

Esta contribución no se justifica por el mero hecho de existir y de realizar nuestra función como empresa prestamista de un servicio esencial, sino que es necesario manifestar la voluntad de avanzar en el camino de la sostenibilidad, establecer un claro compromiso en la estrategia de TMB y concretarla en el marco operativo a través de la puesta en marcha de proyectos que despliegan dicho compromiso.

Por lo tanto, la RSyS y este plan aportan un valor central a la estrategia y visión de futuro de TMB con la voluntad de fortalecer la confianza de nuestros interlocutores, alcanzando y superando los grandes retos que la sostenibilidad ya nos plantea, como son, entre otros: consolidar la ética en todas nuestras actuaciones, mantener y mejorar las altas cotas de calidad y seguridad, preservar el medioambiente, gestionar con eficiencia los recursos, garantizar la accesibilidad universal y asegurar una movilidad inclusiva que promueva la cohesión social.

Todo ello, reforzando al mismo tiempo el compromiso de todas las personas que trabajan en la empresa con los valores y principios de la responsabilidad social, para dar respuesta de forma equilibrada a las expectativas de todos los colectivos que tienen intereses legítimos en TMB.

La organización ha aprobado recientemente el **Plan Estratégico 2025**, en el cual se identifican y definen las líneas de actuación estratégica de las diferentes actividades de TMB para el periodo 2021-2025. En este contexto, el presente Plan de RSyS tiene que ser una de las piezas clave que contribuirá a su desarrollo para que TMB sea una **empresa pública de referencia en movilidad sostenible e inclusiva**.

El Plan Estratégico TMB 2025 define los siguientes ejes estratégicos de la compañía como principios rectores para los próximos años:

- **Mejorar las redes de metro y bus.** Incrementar la eficiencia, así como la calidad de la oferta, en todo el ámbito metropolitano, mejorando las infraestructuras y potenciando la intermodalidad con la incorporación de nuevos servicios de movilidad personal y compartida, de última y primera

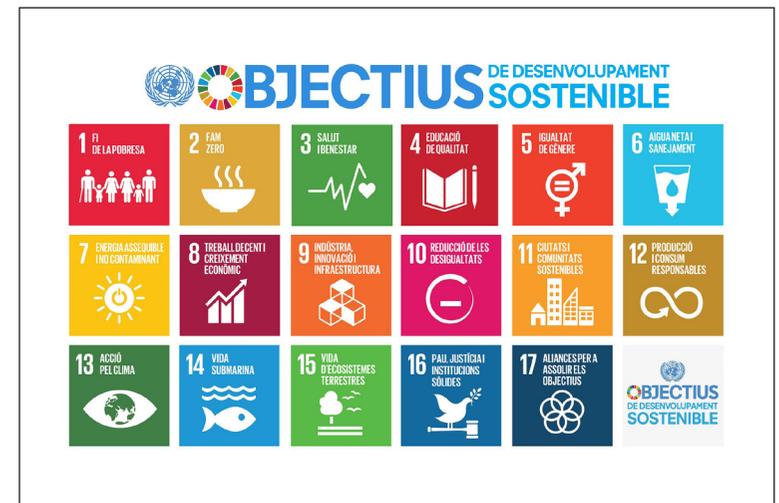
- milla, aprovechando los beneficios y ventajas de las nuevas tecnologías.
- **Conseguir fuentes de ingresos alternativas y complementarias**, potenciando los ingresos no tarifarios y tarifarios vinculados a los productos TMB y fomentando la participación en negocios internacionales.
 - **Crear una nueva cultura de empresa de TMB** en que las personas sean el eje esencial de la actividad de TMB, fomentando el trabajo en equipo y el talento de las personas.
 - **Compromiso total de TMB con la sociedad y el entorno** en el cual opera, con especial énfasis en la responsabilidad social, el desarrollo sostenible y la Agenda 2030, así como la accesibilidad universal, el civismo, la convivencia y el incremento de la seguridad.
 - **La sostenibilidad y el medioambiente** son un eje prioritario de las actuaciones de TMB, desplegando políticas de ahorro energético e impulsando flotas e infraestructuras sostenibles.
 - TMB tiene que ser **referente en el control y la gestión pública** responsable.
 - **La digitalización** es el medio por el cual TMB tiene que mejorar los servicios de transporte público en todos sus ámbitos internos y externos, como la operación y el mantenimiento, así como la gestión de sus procesos internos y la atención y servicio a los/las clientes/as.
 - TMB tiene que impulsar la **transparencia como eje institucional**, con una cultura de evaluación y rendimiento, mejora de la autonomía y asunción de responsabilidades, en que prevalezcan los valores de igualdad, integridad, honestidad y respeto, con vocación y compromiso de servicio público.
 - Es necesario gestionar la **buena reputación de TMB** y aportar a la sociedad la participación activa en los órganos de decisión de movilidad, impulsando propuestas, incentivando o creando proyectos de investigación con otros *partners* e instituciones y fomentando los contactos internacionales.

2.2 Contribución de TMB a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

El presente Plan de Responsabilidad Social y el propio Plan Estratégico de TMB tienen como **base aspiracional los Objetivos de Desarrollo Sostenible** establecidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible representan el programa más ambicioso de la historia para abordar los principales problemas sociales y ambientales a los cuales se enfrenta la humanidad y el planeta.

En nuestro contexto urbano, este desafío afecta especialmente a los diferentes actores que, como TMB, operamos en las ciudades. Más de la mitad de la población vive hoy en zonas urbanas, y la ONU prevé que en 2050 se llegará al 68 %. No es posible conseguir un desarrollo sostenible sin transformar la forma en que concebimos, planificamos y gestionamos las ciudades y, concretamente, su movilidad.



La sostenibilidad es un paradigma para pensar y actuar en un presente y futuro donde las decisiones que tomamos prevén de forma equilibrada los impactos **ambientales, sociales, laborales, económicos, éticos y de gobernanza** en la búsqueda de una mejor calidad de vida para todo el mundo.

El último eslabón de una larga cadena de reflexión, compromiso y acción para un modelo de desarrollo que sea más humano y sostenible es la aprobación en agosto de 2015 de los 17 **Objetivos de Desarrollo Sostenible** (ODS). Una iniciativa promovida por Naciones Unidas y firmada por 193 países. Es lo que se denomina **Agenda 2030**.

Este es un reto, de presente y futuro, que interpela y compromete a todo el mundo –administraciones, empresas, personas individualmente y todo tipo de organizaciones– a aplicar medidas para mejorar progresivamente en la consecución de los ODS en el horizonte del año 2030.

El contenido de la Agenda 2030 se enfoca hacia la protección y mejora del medioambiente, la lucha contra las desigualdades, el desarrollo económico, el compromiso con la integridad y las alianzas entre los diferentes actores.

TMB está comprometida a alcanzar un desarrollo que sea verdaderamente sostenible para la próxima generación y las siguientes. Eso nos exige a todas las instituciones y actores sociales un replanteamiento de nuestros valores y prioridades, y cambios estructurales que requerirán una intensa dedicación en recursos humanos, organizativos y económicos.

Con todo, la evidencia abrumadora del cambio climático y otros fenómenos alarmantes, como la creciente desigualdad de renta y de oportunidades vitales, ha fortalecido la conciencia de la necesidad de una transición radical y, al mismo tiempo, justa hacia un mundo más sostenible.

Radical en el sentido de que será necesario rehacer los modelos de organización económica, social y política, para reducir el impacto sobre el planeta y repartir mejor los frutos. Y también justa, porque habrá que tomar en consideración las dimensiones económica y social del cambio, con la finalidad de que nadie se quede atrás.

Con el objetivo de seguir progresando en el planteamiento de los objetivos, indicadores y metas, TMB ha llevado a cabo un primer análisis de su contribución a la consecución de los ODS más relevantes en relación con la actividad que desarrolla.

De este modo, a continuación se muestran los principales ODS sobre los cuales impacta la actividad de TMB, así como una recopilación no exhaustiva de las iniciativas, proyectos y acciones que lleva a cabo la organización en relación con dichos objetivos. La evolución de las iniciativas y los datos concretos se podrán ir siguiendo a través de la publicación periódica de la memoria de sostenibilidad de TMB. Siguiendo la clasificación de las 5 P de Naciones Unidas –en inglés: *prosperity, planet, people, peace* y *partnership*–, podemos agrupar las iniciativas de la siguiente forma:



Prosperidad / Prosperity



Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

Metas ODS

11,2. Para 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todas las personas y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, con especial atención a las necesidades de las personas en situación vulnerable, mujeres, niñas, niños, personas con discapacidad y personas mayores.

Ilustración de algunas iniciativas de TMB

- **Actuaciones para garantizar la accesibilidad universal:**
 - **Red de metro:** el 92 % de la red de metro está adaptada para personas con movilidad reducida. Objetivo del 100 % para 2025-26.
 - **Red de bus:** plena accesibilidad desde 2007.
- **Obtención de la certificación COVID-19 de Applus**, que ha permitido definir medidas concretas con el fin de reducir las posibles vías de contagio.
- **Presentación del Plan de Prevención del Acoso Sexual y por Razón de Sexo** en las redes de bus y metro.
- **Puesta en marcha del sistema de videovigilancia embarcada** en dos líneas de bus y en la totalidad de trenes de la L5.
- **Puesta en servicio de nuevos trenes:** 4 trenes en la L5, 2 en la L3, 1 en la L4 y 2 en la L1.
- **Renovación de la flota de autobuses** en el marco del Plan de Renovación de Autobuses 2019-2021, que ha permitido adjudicar 77 vehículos ambientalmente eficientes.

Metas ODS

11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.

11.6 Para 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, con especial atención a la calidad del aire, así como a la gestión de los residuos municipales y de otro tipo.

Ilustración de algunas iniciativas de TMB

- **Facilitación del uso del transporte público** entre los colectivos más vulnerables.
 - **Mejoras del servicio de metro 2021-2030:**
 - Puesta en servicio del tramo central de la línea 9/10.
 - Ampliación de la L1 en Badalona con 2 nuevas estaciones.
 - Ampliación de la L3 en Esplugues de Llobregat con 2 nuevas estaciones.
 - Ampliación de la L4 en Barcelona con 3 nuevas estaciones.
 - 100 % de estaciones e intercambiadores accesibles.
-
- **Difusión del fondo patrimonial** de la organización a través de la Fundación TMB.
 - **Promoción de la conservación** de vehículos históricos, documentación, edificios históricos y materiales catalogados.
-
- **Progresiva conversión de la flota de autobuses de TMB en una flota más sostenible**, a partir de la introducción de vehículos híbridos y eléctricos.



Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

Metas ODS

9.5 Aumentar la investigación científica y mejorar la capacidad tecnológica de los sectores industriales de todos los países, en particular los países en desarrollo, entre otras cosas fomentando la innovación y aumentando sustancialmente, de aquí a 2030, el número de personas que trabajan en el campo de la investigación y el desarrollo por cada millón de habitantes, así como el gasto en investigación y desarrollo de los sectores público y privado.

Ilustración de algunas iniciativas de TMB

- **Potenciación del área de innovación de TMB** con criterios de sostenibilidad como base para la implantación de nuevas propuestas de actuación.
- Desarrollo de un nuevo **modelo de gestión de la innovación** con el fin de sistematizar el proceso y garantizar una aportación continua de valor.
- **Creación de la plataforma TMBinnova** y ampliación de las horas de formación en innovación para toda la plantilla.
- **Participación en proyectos de investigación, innovación y desarrollo** a escala europea, con el objetivo de crear sinergias y compartir conocimientos con organizaciones y asociaciones del sector.
- **Potenciación de la tecnología y la digitalización** como elemento de eficacia y transformación de la organización.



Planeta / Planet



Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todas las personas

Metas ODS

7.2 Para 2030, aumentar sustancialmente el porcentaje de energía renovable en el conjunto de fuentes de energía.

7.3 Para 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Desde 2018, **toda la electricidad en alta tensión que compra TMB es de fuentes de origen renovable**. Además, desde 2016, toda la electricidad en baja tensión también lo es.
- **Disposición de una política energética** que permite desarrollar proyectos para fomentar el ahorro y la eficiencia energética.
- **Objetivos y actuaciones destacadas en la red de metro:**
 - Llegar a una reducción anual de 17.000 toneladas de CO₂ de las emisiones generadas por TMB en 2025.
 - Reducir el consumo energético en metro en un 6 % mediante la aplicación de tecnologías que permitan recuperar la propia energía generada por los trenes.

Metas ODS

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Utilizar la energía eléctrica de la red de metro para alimentar la carga de los autobuses, consiguiendo así un ahorro en el coste.
- Incorporación de 96 nuevos trenes para ampliaciones de red, y conseguir mejora de frecuencias, innovaciones tecnológicas e información a las personas usuarias.
- **Objetivos y actuaciones destacadas en la red de bus:**
 - Incorporación de 508 nuevos autobuses de tecnologías limpias, de los cuales 233 serán eléctricos y 46 de hidrógeno.
 - Apuesta por el hidrógeno verde, con el impulso a la construcción y puesta en servicio de una hidrogenera abierta al uso público en la Zona Franca.
 - Nueva cochera verde de Zona Franca, para 550 vehículos, digitalizando la gestión y las operaciones, la eficiencia energética y la utilización de energías renovables.



Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Metas ODS

13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Programa para impulsar que **la mayoría de los vehículos sean propulsados por gas natural comprimido, híbridos o eléctricos.**
- **Progresiva reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero** desde el año 2017, tanto en Ferrocarril Metropolità de Barcelona como en Transports de Barcelona.
- Desde 2018, **toda la electricidad en alta tensión que compra la organización proviene de fuentes de origen renovable, así como la electricidad en baja tensión.**
- **Dotación de cargadores eléctricos** para la flota auxiliar de furgonetas en los talleres de metro.
- **Participación de Transports de Barcelona en proyectos de lucha contra el cambio climático**, como, por ejemplo, los proyectos europeos ASSURED, JIVE 2 o Life Nimbus, entre otros.



Personas / People



Alcanzar la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas

Metas ODS

5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y niñas en todo el mundo.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Programa para **fortalecer la cultura de igualdad de oportunidades y la no discriminación** en todos los procesos de TMB.
- Elaboración del **mapa integral de igualdad, diversidad y no discriminación** de TMB.
- **Formación** a toda la plantilla.
- Elaboración del **Plan de Prevención del Acoso Sexual y por Razón de Sexo** para las redes de metro y bus.
- Desarrollo de **acciones de sensibilización ciudadana** con respecto a la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres, y combatir cualquier forma de violencia machista.

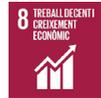
Metas ODS

5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y niñas en los ámbitos público y privado, incluyendo el tráfico y la explotación sexual, así como otros tipos de explotación.

5.5 Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y por la igualdad de oportunidades de liderazgo en todos los ámbitos de toma de decisiones en la vida política, económica y pública.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Elaboración del **Plan de Prevención del Acoso Sexual y por Razón de Sexo** para las redes de metro y bus.
 - Desarrollo de **acciones de sensibilización ciudadana con respecto a la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres**, y combatir cualquier forma de violencia machista.
-
- **Análisis y seguimiento de la composición de la plantilla** bajo la perspectiva de género.
 - **Elaboración de los planes de igualdad de Ferrocarril Metropolità de Barcelona y Transports de Barcelona** e inicio del proceso de actualización, de acuerdo con las últimas reglamentaciones en la materia.
 - **Potenciación de la incorporación de las mujeres** en colectivos con menor presencia.



Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo digno para todo el mundo.

Metas ODS

8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo digno, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y alentar la regularización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- **Plan de formación** orientado a ofrecer una formación continuada a toda la plantilla.
- **Programas de ayuda a la empleabilidad continuada** con la plataforma GoodHabit.
- **Potenciación del área de innovación de TMB** con criterios de sostenibilidad como base para la implantación de nuevas propuestas de actuación.
- **Desarrollo de un nuevo modelo de gestión de la innovación** con el fin de sistematizar el proceso y garantizar una aportación continua de valor.
- **Creación de la plataforma TMBinnova** y ampliación de las horas de formación en innovación para toda la plantilla.

Metas ODS

8.5 Para 2030, alcanzar el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo digno para todos los hombres y mujeres, incluyendo a la juventud y a las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Programa para incrementar el número de personas empleadas con **diversidad funcional**.
- Apertura de un proceso de selección a través de una **oferta laboral destinada al colectivo de personas con dificultad de integración** por razón de su capacidad intelectual o cognitiva.
- TMB vela por la **igualdad de remuneración entre mujeres y hombres**. Programas para reducir y poner fin a la brecha salarial.
- Elaboración de los **planes de igualdad de Ferrocarril Metropolità de Barcelona y Transports de Barcelona** e inicio del proceso de actualización, de acuerdo con las últimas reglamentaciones en la materia.
- Actuaciones específicas para **potenciar la presencia de mujeres y otros colectivos menos representados** en las plantillas de TMB.

Metas ODS

8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y protegido para todas las personas trabajadoras, incluidas las personas migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Disposición de **convenios colectivos específicos** para el personal de metro y bus.
- **Diálogo y comunicación constante** con la representación de las personas trabajadoras de la organización, representantes en los respectivos comités de empresa.
- **Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo**, de acuerdo con la norma internacional ISO 45001.
- Actividades preventivas del **programa de vigilancia de los riesgos laborales** realizadas.
- **Formación** de las personas trabajadoras en **materia de salud y seguridad en el trabajo**.
- **Fomento de la salud de las personas empleadas**, a través de diferentes programas.
- **Desarrollo de acciones preventivas** con el fin de garantizar la salud y la seguridad en nuestras instalaciones y vehículos.



Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todo el mundo.

Metas ODS

4.4 Para 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y personas adultas con las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo digno y el emprendimiento.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Enfoque de las actividades de los programas **TMB Educa y TMB Cultura**.
- **Potenciación del enfoque de la formación** para la empleabilidad y el emprendimiento.
- **Potenciación de la formación *e-learning***.

Metas ODS

4.7 Para 2030, garantizar que todo el alumnado adquiera los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas, mediante la educación para el desarrollo sostenible y la adopción de estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y de la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- **Fomento de las visitas educativas y de las actividades de apoyo a la investigación educativa** a través de TMB Educa, de la Fundación TMB.
- **Sello de Calidad Educativa del Consejo de Coordinación Pedagógica** a la tarea de TMB Educa.
- **Formaciones específicas a la plantilla** en materia de igualdad de género.
- **Conexión del programa de Patrimonio Histórico de TMB** con la transformación social y los ODS.
- **Adecuación de las bases reguladoras de las colaboraciones con terceros** de la Fundación a las políticas de responsabilidad social y sostenibilidad de TMB.



Promover sociedades pacíficas e inclusivas con el fin de alcanzar un desarrollo sostenible, proporcionar acceso a la justicia para todas las personas y desarrollar instituciones eficaces, responsables e inclusivas en todos los ámbitos

Metas ODS

16.5 Reducir sustancialmente todas las formas de corrupción y soborno.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- Implantación del **Programa para la Prevención de los Riesgos Penales (compliance)**.
- Revisión y actualización del contenido del **Código de Ética y de Conducta de TMB**.
- Disposición de un **Comité de Ética y canal ético** para posibles denuncias.

Metas ODS

16.6 Crear unas instituciones eficaces, responsables y transparentes en todos los ámbitos.

16.10 Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- **Actualización permanente del Portal de Transparencia de TMB**, incorporando nuevos apartados y actualizando la información.
 - **Realización de actividades de coordinación** entre el Departamento de Buen Gobierno de la organización y la Agencia de Transparencia del AMB.
 - **Creación e implantación del Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad**, de acuerdo con el Plan Estratégico 2025 de TMB.
 - **Constitución e implantación del Consejo Asesor de TMB**, para fortalecer las relaciones con nuestros grupos de interés.
 - **Fortalecimiento de las relaciones con las administraciones** y otros servicios de movilidad del entorno TMB.
-
- **TMB proporciona acceso a la información corporativa objeto de publicidad activa**, a fin de que la ciudadanía pueda desarrollar un seguimiento de la gestión del transporte público de Barcelona.



Partenariado-Alianzas / *Partnership*



Fortalecer los medios para implementar y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Metas ODS

17.14 Mejorar la coherencia de políticas para el desarrollo sostenible.

17.15 Respetar el liderazgo y la política de cada país para establecer y aplicar políticas orientadas a la erradicación de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- **Elaboración del Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad** y análisis de la contribución de TMB a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, de acuerdo con el Plan Estratégico 2025 de TMB.
- **Plan de Cooperación y Solidaridad de TMB.**
- **Colaboraciones con los colectivos más vulnerables y con el tercer sector social**, destacando los servicios especiales de bus, la colaboración con el Consorcio Sanitario, SEM y Bombers de Barcelona en el traslado de pacientes afectados por la COVID-19.

Metas ODS

17.16 Fortalecer la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples actores que movilicen y promuevan el intercambio de conocimientos, experticia, tecnologías y recursos financieros, con la finalidad de apoyar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, en particular en los países en desarrollo.

Ejemplos de iniciativas de TMB

- **Implantación del sistema de gestión/marco de relaciones** con los grupos de interés.
- Consolidación de la **Política de Compra Responsable y Sostenible**.
- **Actualización del argumentario de identidad corporativa TMB** con los criterios de responsabilidad social y la movilidad sostenible como atributos esenciales y diferenciales de la marca TMB.

Todo ello es una muestra de la voluntad permanente de TMB de estar **alerta** ante los continuos cambios y tendencias sociales, ambientales, culturales y políticas que se están produciendo. Por eso, queremos mantener un **rol proactivo** en la contribución a la sostenibilidad con la finalidad de:

- por un lado, **incrementar la transversalidad interna** –desde el convencimiento de que este enfoque de nuestras actuaciones refuerza todavía más el orgullo de pertenencia y el compromiso de todo el equipo humano de TMB con la construcción de una sociedad más sostenible– y,
- por otro, **fortalecer la confianza** de todos nuestros grupos de interés y de la sociedad –a través del trabajo conjunto en alianza y diálogo permanente con todos los actores que contribuyen a una movilidad alineada con la Agenda 2030.

2.3 Integración de la RSyS en la misión, visión y valores de TMB

Para impregnar la cultura de TMB con los principios de la responsabilidad social y la sostenibilidad, conviene que estén reflejados también en las principales declaraciones que configuran la identidad de la empresa y en nuestros compromisos con todas las partes interesadas y con la sociedad en general. Estas señas de identidad vienen reflejadas en nuestra misión, visión y valores:

Misión

La misión de TMB es ofrecer servicios integrales de movilidad, incluyendo metro y autobuses, que:

- Contribuyan a la mejora de la movilidad ciudadana y al desarrollo sostenible.
- Garanticen la prestación de un servicio excelente a la ciudadanía.
- Potencien las políticas de igualdad de oportunidades y responsabilidad social.
- Utilicen de forma eficiente los recursos públicos.

Visión

TMB quiere ser una empresa de movilidad ciudadana referente en el mundo:

- Por su gestión integrada de servicios a la ciudadanía, de metro y autobuses y otros modos y servicios de movilidad.
- Por su compromiso con la sostenibilidad urbana y el medioambiente.

- Por la calidad técnica que ofrece y por la calidad percibida por la ciudadanía y sus grupos de interés.
- Por la eficiencia de sus procesos y la optimización en el uso de los recursos.
- Por la innovación y la aplicación eficiente de la tecnología como palanca de mejora del servicio.
- Por los valores que proyectan las empleadas y empleados con su comportamiento y la excelencia de su trabajo.
- Por su compromiso con la sociedad, con la ciudadanía, con los grupos de interés y con la propia plantilla.

Valores

Los valores que guían la actividad de TMB son esenciales para cumplir su compromiso con la sociedad: trabajadores y trabajadoras, ciudadanía y grupos de interés:

- Vocación de servicio público y servicio excelente.
- Gestión eficiente.
- Comportamiento socialmente responsable.
- Valores de igualdad de oportunidades, diversidad, integridad, honestidad y respeto.
- Transparencia.
- Compromiso.
- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Reconocimiento, equidad y crecimiento personal y profesional.
- Ambición innovadora, de vanguardia tecnológica y mejora constante.

2.4 Grupos de interés de TMB. Materialidad y compromisos

2.4.1 Identificación y compromiso

En TMB orientamos nuestras actuaciones a la satisfacción equilibrada de las necesidades y expectativas de todos los grupos de interés que tienen intereses legítimos en nuestra actividad. Eso nos permite avanzar en el camino de la sostenibilidad y, por lo tanto, en el cumplimiento equilibrado de todas nuestras responsabilidades en materia económica, ambiental, social y de ética y gobernanza.

Los grupos de interés de TMB son todos aquellos colectivos que razonablemente afectan, están afectados o pueden llegar a estarlo en el futuro por la actividad de la empresa.

Los principales grupos de interés de TMB pueden clasificarse en dos ámbitos, el interno y el externo, siendo los siguientes (última identificación y clasificación recogida en la Memoria de sostenibilidad 2020):



Esta identificación se realiza y se actualiza permanentemente a partir de nuestra historia de comunicación y relación directa con el entorno, del fomento constante del diálogo y la colaboración con todas las instituciones, entidades y organizaciones que interactúan con TMB, del análisis de los procesos internos, de los canales de comunicación puestos al servicio de los diferentes grupos de interés y del impacto de las actividades, productos y servicios en el entorno donde operamos.

Inspirados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y en el contexto de la elaboración del presente Plan de Responsabilidad Social, nos hemos planteado a lo largo de los próximos años avanzar en la actualización y puesta en marcha de nuevos mecanismos y procedimientos para aumentar la “inclusión de los grupos de interés” en nuestras estrategias, nuestros procesos de gestión y en el compromiso de TMB con la transparencia y la rendición de cuentas. Una primera muestra de este compromiso es la reciente creación del Consejo Asesor de TMB.

De esta forma, podremos intensificar progresivamente su participación y colaboración para ir implantando medidas en nuestras actividades, productos y servicios que den la mejor respuesta posible a la satisfacción equilibrada de sus necesidades y expectativas en permanente evolución.

2.4.2 Marco de relaciones con los grupos de interés. Ciclo de gestión

Dado que satisfacer de forma equilibrada las necesidades de movilidad de todas aquellas personas y colectivos que tienen intereses legítimos en la actividad de TMB forma parte de la esencia de nuestra responsabilidad empresarial, nos hemos propuesto en los próximos años redefinir y reordenar el marco de relaciones de TMB con todas las partes interesadas, estructurar la comunicación y el diálogo con todas ellas e integrarlo en el ciclo de gestión de nuestra empresa. Por eso prevemos aplicar e ir actualizando de forma periódica y sistemática los siguientes pasos:

- 1. Mapa de grupos de interés.** Identificación, actualización y, si procede, priorización de los grupos de interés.
- 2. Análisis de materialidad y contexto de sostenibilidad.** Actualización permanente de sus necesidades y expectativas y su evolución a lo largo del tiempo. Paralelamente, preveremos los cambios y tendencias de futuro que desde la perspectiva de la sostenibilidad se produzcan tanto a escala de sector como a nivel general: legal, social, ambiental, político, económico, ético, de buena gobernanza, etc.
- 3. Compromisos.** Establecimiento explícito y formal de los compromisos que como empresa asumimos, para dar respuesta de forma equilibrada a dichas necesidades y expectativas.

- 4. Marco de relaciones.** Concreción del marco de relaciones, es decir, generar la infraestructura necesaria –niveles de comunicación, canales/medios, competencias relacionales, programas de colaboración, alianzas, etc.– para poder dar la mejor respuesta posible a las expectativas cambiantes de nuestros interlocutores.
- 5. Recursos.** Asignación de los recursos necesarios, establecimiento de los órganos de gestión y participación, inclusión en el Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de TMB y aplicación en los procesos y en los productos y servicios de la empresa.
- 6. Aprendizaje y mejora.** Concreción de los mecanismos de aprendizaje, para ir mejorando e incrementar paulatinamente el nivel de excelencia en sostenibilidad en cada uno de los sucesivos ciclos de gestión.
- 7. Comunicación y rendición de cuentas.** Comunicación y rendición de cuentas siguiendo los criterios de los estándares locales e internacionales, tanto los relativos al contenido de los aspectos que son relevantes –inclusión de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, aspectos materiales, exhaustividad– como los relativos a la calidad de la información aportada –transparencia, claridad, comparabilidad, fiabilidad, puntualidad, etc.

2.4.3 Materialidad: aspectos relevantes

Con la voluntad de ir mejorando este procedimiento en los próximos ejercicios, en el proceso de elaboración del presente plan hemos previsto los siguientes aspectos para concretar los temas materiales:

- **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, establecidos por la Agenda 2030 de Naciones Unidas.
- **Ley 11/2018**, de 28 de diciembre, en materia **de información no financiera y diversidad**.
- **Ley 7/2021**, de 20 de mayo, de **cambio climático y transición energética**, que tiene por objeto asegurar el cumplimiento de los objetivos del Acuerdo de París de 2015 –limitar el aumento de temperatura de la tierra a 1,5 °C, reconociendo que eso reduciría significativamente los riesgos y efectos del cambio climático. El sector del transporte tiene un gran impacto en el medioambiente a causa de las emisiones de gases contaminantes. Es por eso que es de vital importancia para TMB intentar paliar los efectos negativos en el medioambiente.
- Ejes estratégicos y objetivos del **Plan Estratégico TMB 2025**.
- **Retos, misión, visión y valores** de TMB.
- **Impactos económicos, ambientales, sociales y de ética y gobernanza** razonables identificados en entrevistas realizadas de forma transversal con las personas responsables de las diferentes áreas de TMB.
- **Intereses y expectativas** de los diferentes grupos de interés de TMB: hemos solicitado la valoración de las personas usuarias

sobre el desarrollo de la actividad a través de encuestas y estudios. Hemos previsto las necesidades y expectativas de las principales asociaciones y colectivos implicados en los proyectos desarrollados. Hemos practicado la escucha activa a través de los diversos canales que permiten mantener una comunicación bilateral y multilateral, constante y fluida, como las redes sociales, la web de TMB, la *app* de TMB para móviles, el teléfono 010, los puntos TMB y JoTMBé, entre otros.

- **Estrategia de impulso de la Agenda 2030** en la ciudad de Barcelona y Compromiso Ciudadano por la Sostenibilidad de la Ciudad de Barcelona.
- **Plan Metropolitano de Movilidad Urbana (PMMU) 2019-2024.**
- **Plan Director de Movilidad 2020-2025 (PdM)**, realizado por la ATM.
- Compromisos de la **Generalitat de Catalunya** que forman parte del Plan Nacional para implementar la Agenda 2030 en Cataluña.
- Varios estudios y publicaciones de referencia en el ámbito de la sostenibilidad y la responsabilidad social que analizan las **tendencias y retos de futuro**, tanto a nivel de sector como a nivel general.
- **Informes de sostenibilidad y responsabilidad social** de los operadores de transporte público de ciudades como París –*Financial and CSR Report, RATP Grup*– o Madrid –*Informe de gestión. Estado de información no financiera, EMT Madrid*, Berlín –*DB’s Corporate Social Responsibility, Deutsche Bahn*– y Londres –*Corporate Social Responsibility, Transport for London*.

- **Estándares de la *Global Reporting Initiative (GRI)*** para determinar los contenidos del informe y los principios de rendición de cuentas para valorar los canales de comunicación y la relación con los grupos de interés.

Teniendo en cuenta todos estos factores, se han identificado los asuntos materiales que reflejamos en el presente Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad agrupados en los siguientes bloques:

Gestión responsable y ética y buen gobierno:

- Compromiso de TMB con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Transparencia.
- Accesibilidad a la información.
- Cumplimiento normativo. *Compliance*.
- Gestión ética, valores y cultura de sostenibilidad.
- Alianzas.
- Prevención de la corrupción.
- Valor económico generado y distribuido.
- Uso eficiente y equitativo de los recursos económicos.
- Compra responsable.
- Prevención de riesgos financieros y no financieros.
- Negocio internacional.
- Responsabilidad social.
- Grupos de interés.

Servicio de calidad, innovador y seguro:

- Atención a las necesidades y expectativas de los/las clientes/as.
- Accesibilidad universal.
- Innovación e investigación.
- Seguridad y salud del pasaje.
- Protección de datos.
- Tecnología.

Protección del medioambiente

- Prevención de riesgos ambientales.
- Cambio climático: reducción de emisiones.
- Minimización del uso de recursos: agua y energía.
- Residuos.
- Fomento de la movilidad sostenible.

Compromiso con las personas trabajadoras:

- Empleo.
- Formación.
- Desarrollo del talento.
- Retribución.
- Relaciones sociales.
- Comunicación interna.
- Igualdad de oportunidades y no discriminación. Diversidad e inclusión.
- Salud y seguridad laboral y bienestar emocional.

Compromiso con la sociedad:

- TMB sostenible. Contribución a la movilidad sostenible (ODS).
- TMB Educa.

- TMB Cultura.
- TMB Solidario.
- Patrimonio histórico.
- Comunicación y *marketing* responsable. Marca TMB.
- Civismo.
- Turismo sostenible.

Por otro lado, se han considerado menos significativos otros aspectos de sostenibilidad como los derechos humanos, dado que la empresa opera en el ámbito del Área Metropolitana de Barcelona, donde no existen riesgos significativos de vulneración de derechos humanos fundamentales; la protección de la biodiversidad, puesto que la compañía desarrolla su actividad en un entorno urbano o zona industrial, y la información sobre la fiscalidad, ya que forma parte de la información detallada en las cuentas anuales del ejercicio debidamente auditadas.

En próximos ejercicios, y en línea con el presente plan, tenemos la voluntad de desarrollar una metodología y un proceso específico para analizar la materialidad que incluya de forma sistemática la participación de los grupos de interés, para seguir ajustando el análisis de materialidad a los retos de futuro que se nos presenten como empresa y a la satisfacción de las necesidades y expectativas de todas las partes que tienen intereses legítimos en TMB.

Todo ello nos da legitimidad para actuar, incrementando la confianza y reputación de TMB, lo que repercute en nuestros resultados y en el impacto positivo de nuestras actividades en todos nuestros grupos de interés y en la sociedad en general.



**Marco de gestión de
la responsabilidad social
y la sostenibilidad en TMB**

3. Marco de gestión de la responsabilidad social y la sostenibilidad en TMB

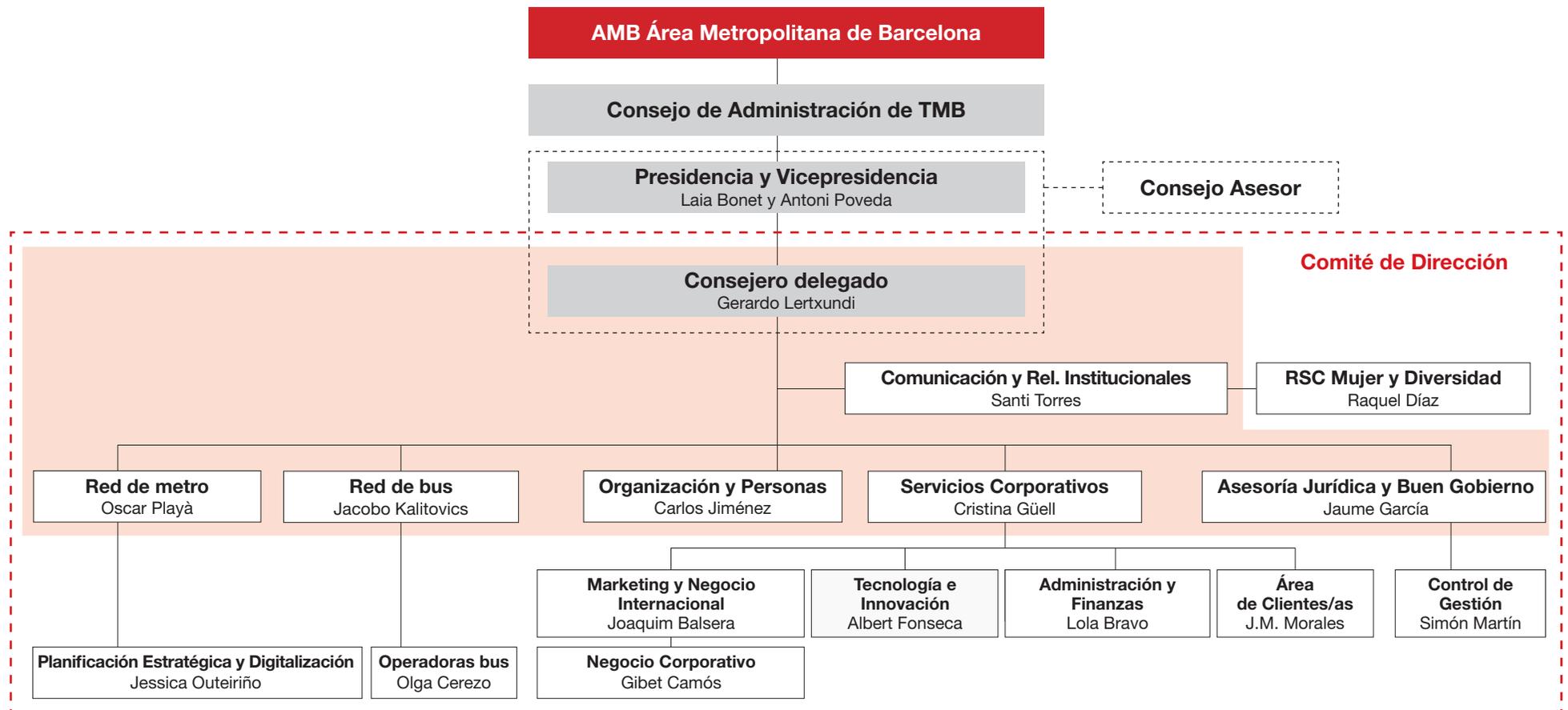
“El propósito, los principios y los valores definen la empresa que queremos ser. La forma de gestionarlo en el día a día marca el camino para conseguirlo”.

El contenido operativo y de gestión del presente plan es el resultado del trabajo realizado en coordinación transversal y colaboración entre el equipo de responsabilidad social y los responsables funcionales y técnicos de las diferentes áreas que estructuran la empresa.

Este trabajo responde a la voluntad de que la responsabilidad social no sea tarea de un solo departamento que ejerce sus funciones en paralelo al resto de la organización, sino que tiene que formar parte de la gestión y actividad cotidiana de todas y cada una de las áreas de TMB. Todas ellas han identificado y asumido su parcela de aportación al Plan de Responsabilidad Social. Consecuentemente, los objetivos de RSyS se distribuyen entre las diferentes áreas siguiendo el nuevo modelo organizativo y de gobernanza de TMB.

Organización TMB

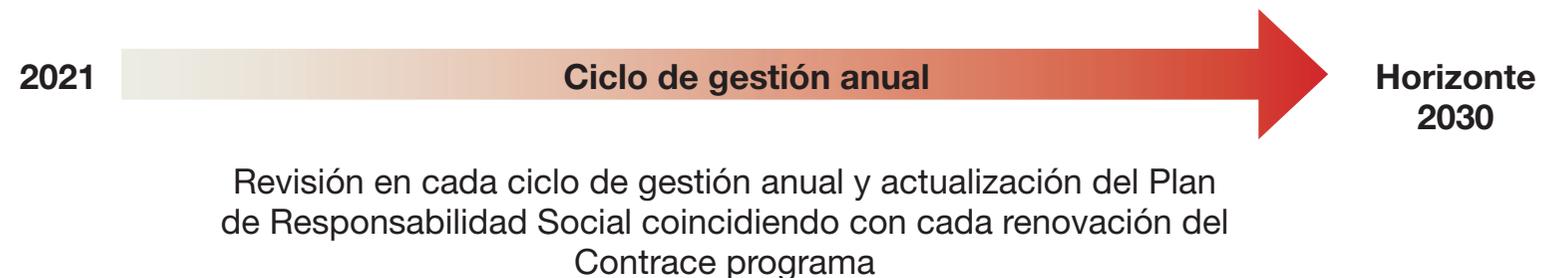
Para dar respuesta a los **retos de futuro** de TMB y definir la dirección hacia donde quiere **proyectarse en el horizonte del año 2025**, se diseña la estructura de la organización de los órganos de gobierno con el apoyo de un Consejo Asesor.



Siguiendo este enfoque, cada una de las direcciones de TMB ha concretado su aportación al Plan de Responsabilidad Social, identificando:

- Sus **ámbitos de impacto** y de contribución a la responsabilidad social y sostenibilidad de TMB.
- Los **objetivos, indicadores y metas** de consecución que se plantea cada área para ir progresando y mejorando.
- Para su concreción se han adoptado tres referencias principales:
 - **Referencia aspiracional:** Objetivos de Desarrollo Sostenible y Agenda 2030.
 - **Referencia técnica:** Guía GRI, estándar internacionalmente aceptado para establecer indicadores de responsabilidad social/sostenibilidad.
 - **Referencia normativa:** Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad.

De este modo, desde la perspectiva de alcanzar la máxima participación por parte de todas las áreas, concebimos el Plan de RSyS como el marco de referencia para que cada área pueda ir estableciendo, en el contexto del Plan Estratégico de TMB y en coordinación transversal con las demás áreas, sus propios objetivos, indicadores y metas, de forma incremental, en cada sucesivo ciclo de gestión anual.



3.1 Objetivos y ámbitos de impacto por cada área de TMB

Recogemos a continuación la relación de ámbitos de impacto de RSyS y los objetivos de cada área funcional de la organización, que se despliegan en coherencia con los ejes, líneas, objetivos globales y proyectos del Plan Estratégico TMB 2025.

Su gestión y seguimiento se hará de acuerdo con la estructura de participación y distribución de roles recogida en el apartado “3.2 Mecanismos de gestión” del presente plan.

En el informe anual de responsabilidad social y sostenibilidad se rendirán cuentas públicamente del avance en la consecución de estos objetivos a través de sus respectivos indicadores y metas establecidos en el sistema interno de gestión.

Asesoría Jurídica y Buen Gobierno

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Asesoría Jurídica y Buen Gobierno	1. Ética y buen gobierno	1.1 Generar una cultura de cumplimiento del código ético y sus principios.
		1.2 Desarrollar mecanismos de prevención, control y minimización de los riesgos de cumplimiento normativo y éticos.
		1.3 Asegurar la calidad ética y trazabilidad de los procesos de toma de decisiones, aplicando métodos para introducir la perspectiva ética. Agilizar los procesos y su ejecución.
		1.4 Fortalecer el conocimiento y competencias de los miembros de los órganos de gobierno, y de toda la plantilla, en relación con la ética, la integridad y la responsabilidad social de TMB.
		1.5 Constituir e implantar un Consejo Asesor de TMB que permita fortalecer las relaciones con nuestros <i>stakeholders</i> de la sociedad civil y aportar valor con sus contribuciones.
	2. Transparencia	2.1 Publicitar a la ciudadanía información sobre la gestión de la empresa.
		2.2 Mejorar el tiempo de respuesta de las SAIP (solicitudes de acceso a la información pública).
	3. Contratación responsable y cadena de abastecimiento	3.1 Generalizar la inclusión de criterios financieros y no financieros en el sistema de homologación de proveedores.
		3.2 Implicar a la cadena de abastecimiento en la mejora continua de la responsabilidad social y la sostenibilidad, a través de actuaciones de sensibilización, apoyo, mentoría y auditoría o seguimiento de las mejoras implantadas.
		3.3 Promover la compra a empresas de la economía social y cooperativa (cooperativas, sociedades laborales, centros especiales de trabajo, empresas de inserción...).

Asesoría Jurídica y Buen Gobierno. Control de Gestión

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Control de Gestión	1. Control de gestión de aspectos financieros y no financieros	1.1 Consolidar la incorporación de la responsabilidad social/sostenibilidad y de los indicadores no financieros (ESG) en el sistema de gestión integral en el cuadro de mandos de TMB.
	2. Gestión y mitigación de riesgos financieros y no financieros (auditoría interna)	2.1 Integrar en los sistemas de auditoría interna la identificación, medición, evaluación y acciones de mitigación de los riesgos no financieros y de sostenibilidad.
	3. Gestión del impacto en el medioambiente	3.1 Velar porque la protección del medioambiente se lleve a cabo mediante hitos y directrices concretos de comportamiento en todas las áreas de actividad de la empresa.
		3.2 Asegurar la conciencia ambiental de todo el equipo humano, así como motivarlo para que se refleje en su trabajo.
		3.3 Acompañar a las áreas para apoyarlas aportando herramientas y recursos en los procesos de evaluación, gestión y seguimiento de los aspectos ambientales y en la implantación y mantenimiento de las certificaciones existentes, ISO 14001 y 50001.
3.4 Promover la economía circular y prevenir y gestionar los residuos.		
	3.5 Luchar contra el cambio climático.	
	3.6 Prevenir y minimizar el impacto en el medioambiente de la cadena de abastecimiento de TMB.	
	4. Movilidad sostenible	4.1 Adaptar y transformar de forma continuada las redes de TMB a las nuevas propuestas y necesidades de movilidad sostenible, asegurando la integración y complementariedad de estas entre sí y con el resto de redes de transporte.
		4.2 Identificar nuevas propuestas y necesidades de movilidad sostenible de forma colaborativa con la ciudadanía y las diferentes partes implicadas y/o afectadas.

Organización y Personas

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Organización y Personas	1. Calidad en el empleo y organización del trabajo. La persona, en el centro	<p>1.1 Reflejar en las declaraciones institucionales y en las políticas el valor central que ocupan las personas y su compromiso en la consecución de los retos de TMB en el contexto del desarrollo sostenible.</p> <p>1.2 Enriquecer la calidad de los puestos de trabajo y los sistemas de organización del trabajo para fortalecer el compromiso de las personas con TMB.</p>
	2. Salud, seguridad y bienestar físico y emocional	<p>2.1 Favorecer un entorno de trabajo seguro y saludable.</p> <p>2.2 Velar por el bienestar físico y emocional de las personas trabajadoras.</p> <p>2.3 Planificar y ejecutar todas las acciones necesarias para la eliminación o tratamiento del amianto existente en TMB.</p>
	3. Retribución equitativa	<p>3.1 Asegurar que las políticas salariales garantizan que todo el mundo recibe un salario adecuado a su aportación, internamente equitativo y externamente competitivo en relación con el sector, ofreciendo a todo el mundo la oportunidad de conseguir una vida económicamente digna.</p> <p>3.2 Mejorar la transparencia y la percepción de equidad del sistema de retribución en TMB, interna y externamente, generando espacios de información, formación y participación vinculados a su conocimiento y comprensión.</p>
	4. Flexibilidad, nuevos usos del tiempo y equilibrio en las esferas vitales	<p>4.1 Facilitar un equilibrio adecuado entre las esferas laboral, familiar y personal, fomentando una cultura de flexibilidad, y una gestión inteligente de los espacios y el tiempo.</p>

Organización y Personas

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Organización y Personas	5. Formación y desarrollo	5.1 Ofrecer las mejores oportunidades de formación y desarrollo del talento profesional y personal para contribuir al desarrollo sostenible.
		5.2 Desarrollar en las personas de TMB comportamientos coherentes con los valores de la compañía definidos en el Plan Estratégico y el Plan de RSIS (cultura de responsabilidad y sostenibilidad).
		5.3 Establecer un sistema de detección, evaluación y desarrollo del talento interno, tanto directivo como técnico. Proyectar la reputación de TMB como empresa puntera en la creación de empleo.
	6. Igualdad de oportunidades	6.1 Impulsar una cultura de igualdad de oportunidades y no discriminación en todos los procesos de la dinámica organizativa en TMB.
		6.2 Impulsar la diversidad y su gestión como un hecho enriquecedor de la vida organizativa de TMB.
		6.3 Establecer prácticas específicas para facilitar la contratación de mujeres en TMB, así como la promoción del talento femenino interno.
		6.4 Incorporar la mirada de género en el diseño de la movilidad.
	7. Corresponsabilidad en las relaciones laborales	7.1 Promover un marco estable de colaboración en las relaciones laborales presidido por la confianza, el diálogo y el respeto mutuo.
8. Modelo organizativo y de gestión de objetivos	8.1 Potenciar un sistema de gobernanza, un diseño organizativo y un nuevo modelo de objetivo que favorezcan el compromiso con los valores y la cultura de responsabilidad social y la sostenibilidad, para alcanzar los retos de futuro de TMB.	

Servicios Corporativos. Área de Clientes/as

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Área de Clientes/as	1. Información y atención a las necesidades de movilidad de los/as clientes/as y la ciudadanía	<p>1.1 Analizar y dar la mejor respuesta posible a las necesidades y expectativas de las diferentes tipologías de cliente de TMB y de la ciudadanía en general.</p> <p>1.2 Conocer y elevar de forma continua la satisfacción de los/las clientes/as y el nivel de calidad en la atención a las quejas, reclamaciones y sugerencias de los/las clientes/as de TMB.</p> <p>1.3 Conseguir mejora de frecuencias, innovaciones tecnológicas e información a las personas usuarias.</p> <p>1.4 Promover la movilidad sostenible y accesible y el uso del transporte público entre los colectivos más vulnerables y entre la ciudadanía en general.</p> <p>1.5 Orientar todos los ámbitos de la compañía a las personas usuarias, incluyendo el análisis de situaciones, necesidades y problemáticas, la identificación y valoración de opciones/soluciones y la toma de decisiones: formación <i>customer centric</i>, cocreación e innovación con personas usuarias, cultura de servicio y de satisfacción del pasaje, decisiones centradas en soluciones con visión cliente/a, necesidades y prioridad del pasaje, ciclo completo de QRS, programas de fidelización, experiencia de viaje, conocimiento de personas usuarias y personalización de servicios.</p>
	2. Experiencia de viaje	<p>2.1 Mejorar la experiencia de viaje de los diferentes segmentos de colectivos usuarios-clientes/as, desde una perspectiva transversal de accesibilidad universal, intermodalidad y sostenibilidad.</p> <p>2.2 Incrementar el número de personas usuarias de TMB, minimizando el uso del transporte privado, para contribuir a unas ciudades más sostenibles.</p> <p>2.3 Contribuir decididamente al desarrollo completo de la T-mobilitat para mejorar la experiencia de viaje, la eficiencia y la personalización de servicios.</p> <p>2.4 Reforzar a TMB como experiencia integradora de servicios de movilidad sostenible: bicicletas, vehículos compartidos, movilidad personal, etc.</p>

Servicios Corporativos. Administración y Finanzas

Área	Ámbitos de impacto	Objetivos
Administración y Finanzas	1. Valor económico directo generado distribuido. Uso eficiente y equitativo de los recursos económicos	<p>1.1 Mostrar cómo TMB genera riqueza (valor económico), cómo gestiona los recursos económicos y financieros para facilitar la actividad de la empresa y cómo se distribuyen entre los diferentes grupos de interés.</p> <hr/> <p>1.2 Alcanzar marcos estables de financiación y maximizar la obtención de recursos.</p>

Servicios Corporativos. Tecnología e Innovación

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Tecnología e Innovación	1. Tecnología responsable con criterios financieros y no financieros	1.1 Desarrollar un plan director de desarrollo tecnológico con criterios de responsabilidad y sostenibilidad para responder a los retos globales y locales, como el cambio climático, el uso eficiente de los recursos naturales, la cohesión social o la prosperidad económica equitativa.
		1.2 Asegurar que los contratos de mantenimiento tecnológico –internamente o con proveedores externos– incluyen los criterios de responsabilidad social, sostenibilidad, eficiencia energética y transformación digital.
		1.3 Integrar la participación de los grupos de interés en el análisis de los impactos financieros y no financieros –ambientales, sociales y de ética y gobernanza– de las decisiones tecnológicas.
		1.4 Desarrollar un modelo para la creación de un observatorio tecnológico, con redes de colaboración e intercambio de información con empresas, instituciones, centros de investigación y grupos de interés, que faciliten una mejor y rápida adopción de tecnologías que aporten valor sostenible a TMB.
		1.5 Desarrollar un plan integral de digitalización responsable como clave en operación, mantenimiento, personas, formación, predicción, mejora de procesos, etc.

Servicios Corporativos. Tecnología e Innovación

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Tecnología e Innovación	2. Cultura e infraestructura de innovación ética, responsable y sostenible	<p>2.1 Desarrollar una cultura de innovación en TMB alineada con criterios RS/sostenibilidad como vía para dar respuesta a los nuevos retos de futuro y al progreso de las personas, la organización y la sociedad.</p> <p>2.2 Incorporar, en la consecución de los retos presentes y futuros de TMB, la perspectiva de la innovación responsable en todos los ámbitos de impacto: a) la propuesta de valor –¿qué ofrecemos?–; b) innovación responsable en la aproximación a las necesidades de movilidad sostenible –el mercado, ¿a quién se lo ofrecemos y cómo?: nuevos canales de comercialización, nuevas formas de relación con terceros (transparencia, ética, cocreación, acceso abierto, TIC...), nuevos modelos de negocio, nuevos servicios de movilidad de valor añadido, nuevos mercados, nueva tipología de clientes, nuevas tecnologías...–, y c) nuevos sistemas de gestión y organización –¿cómo nos organizamos?: nuevas formas de trabajar, nuevos mecanismos y canales de cocreación interna, nuevas tecnologías aplicadas internamente, nuevas alianzas...</p> <p>2.3 Garantizar la inversión, estructuras y recursos necesarios para potenciar la innovación responsable.</p>
	3. Alianzas y procesos participativos para la innovación	<p>3.1 Integrar en los procesos de innovación las necesidades sociales, ambientales y económicas a través de alianzas y procesos participativos de colaboración y cooperación con los diferentes grupos de interés para atender los retos de futuro.</p> <p>3.2 Participar activamente en la generación de soluciones de movilidad sostenible de los municipios del Área Metropolitana de Barcelona.</p> <p>3.3 Participar activamente en las mesas de las administraciones (ayuntamientos, ATM, AMB) para contribuir a la aplicación de los criterios de RSyS en las políticas urbanísticas y la elaboración de planes de movilidad.</p> <p>3.4 Promover, facilitar y establecer marcos de colaboración (convenios, planes, proyectos y programas) destinados a fortalecer las relaciones de TMB con las instituciones, ciudadanía, organismos públicos y privados y empresas que refuercen la reputación, valores y misión de TMB.</p>

Servicios Corporativos. Marketing y Negocio Internacional

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Marketing y Negocio Internacional	1. Publicidad, identidad corporativa y marketing responsable	<p>1.1 Conseguir que los criterios y mensajes asociados a la responsabilidad social y la movilidad sostenible sean atributos esenciales y diferenciales de la marca TMB, como reflejo de su identidad corporativa.</p> <p>1.2 Situar a Barcelona como referente de la movilidad mundial con la organización del Congreso Mundial de la UITP en 2023.</p> <p>1.3 Organizar un ambicioso programa de celebración de los centenarios de la red de bus (2022) y de metro (2024).</p> <p>1.4 Potenciar el turismo responsable y sostenible a través del programa Hola Barcelona para ofrecer servicios de movilidad propios y de terceros/as para personas no residentes, integrando la oferta en <i>app</i> con filosofía MaaS.</p>
	2. Responsabilidad social y movilidad sostenible, en el corazón del negocio internacional	<p>2.1 Contemplar la perspectiva de la responsabilidad social y la movilidad sostenible en la estrategia para potenciar el negocio y los proyectos internacionales de TMB.</p> <p>2.2 Integrar sistemáticamente la perspectiva de la responsabilidad social y la movilidad sostenible en los procesos de participación en proyectos internacionales.</p> <p>2.3 Impulsar las líneas de negocio en servicios fuera del ámbito del AMB (consultoría, operaciones bus, etc.) para rentabilizar las capacidades de TMB, promover el desarrollo de sus profesionales y posicionar a TMB y Barcelona como referente internacional. Dotarlo de una estructura organizativa propia.</p>

Servicios Corporativos. Marketing y Negocio Internacional

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Marketing y Negocio Internacional	3. Accesibilidad universal	3.1 Garantizar la accesibilidad universal al transporte público en todos los colectivos sociales mediante la estructuración de un modelo organizativo transversal orientado a la mejora continuada de las infraestructuras, vehículos y servicios, desde una visión 360° de “cliente con diversidad”.
		3.2 Promover la formación del personal en accesibilidad universal para fomentar un cambio cultural y la eliminación de barreras actitudinales.
		3.3 Avanzar en la eliminación de las barreras físicas de accesibilidad en las redes de TMB con la participación de las entidades y usuarios.
		3.4 Mejorar la accesibilidad de las personas con discapacidades visuales y/o auditivas.
		3.5 Asegurar y adaptar las redes de TMB a las personas con discapacidad intelectual o cognitiva.
		3.6 Potenciar la innovación en el uso de nuevas herramientas digitales y mejorar la usabilidad y accesibilidad de las herramientas digitales ya existentes.
		3.7 Mejorar los procesos de diálogo de los colectivos implicados para conseguir su participación en la mejora continuada de las infraestructuras, vehículos y servicios de TMB.

Red de bus

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Red de bus	1. Calidad del servicio y accesibilidad	1.1 Mejorar la satisfacción de clientes/as.
		1.2 Promover la accesibilidad universal en las redes.
		1.3 Extender el servicio de bus a demanda y de proximidad –servicios de bus de proximidad, bus de última milla (presencia en 50 barrios)–, mejorando y personalizando el servicio y ganando en eficiencia.
	2. Salud y seguridad integral en la red	2.1 Favorecer un entorno seguro y saludable de clientes/as de TMB y minimizar los riesgos.
		2.2 Favorecer un entorno de trabajo seguro y saludable en la red de transporte de TMB y minimizar los riesgos.
	3. Civismo en el transporte público	3.1 Fomentar el civismo, la responsabilidad y la convivencia en las redes de transporte público.
	4. Bienestar de las personas trabajadoras en la red	4.1 Velar por las condiciones de trabajo, el desarrollo profesional y el bienestar físico y emocional de las personas trabajadoras en la red.
	5. Gestión y minimización del impacto en el medioambiente	5.1 Reducir el impacto de la actividad de la red de TMB en la contaminación y establecer medidas para minimizar el impacto en el cambio climático.
		5.2 Incrementar progresivamente el uso de las mejores tecnologías disponibles y de los combustibles más respetuosos con el medioambiente (ambientalización de la flota).
		5.3 Promover la economía circular y prevenir y gestionar los residuos.
5.4 Hacer un uso sostenible de los recursos.		

Red de bus

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Red de bus	6. Renovación y ampliación de la flota de bus	6.1 Renovar y ampliar la flota de bus con criterios de sostenibilidad, eficiencia energética y transformación digital.
		6.2 Adecuar y mejorar las infraestructuras y sistemas para la adecuada prestación del servicio de bus, eficacia en el mantenimiento, eficiencia energética y sostenibilidad.
	7. Nuevos modelos de servicios sostenibles	7.1 Impulsar nuevos modelos de servicio, operación y mantenimiento que maximicen la calidad de servicio de bus y la intermodalidad, en clave de sostenibilidad.

Red de metro

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Red de metro	1. Calidad/oferta del servicio y accesibilidad	1.1 Mejorar la satisfacción de clientes/as.
		1.2 Promover la accesibilidad universal en las redes.
		1.3 Ejecutar las actividades de acompañamiento a la Generalitat para alcanzar el 100 % de estaciones accesibles.
		1.4 Desarrollar un plan integral de digitalización responsable en la red de metro.
	2. Salud y seguridad integral en la red	2.1 Favorecer un entorno seguro y saludable de clientes/as de TMB y minimizar los riesgos.
		2.2 Favorecer un entorno de trabajo seguro y saludable en la red de transporte de TMB y minimizar los riesgos –instalaciones, vehículos, ciberseguridad...
	3. Civismo en el transporte público	3.1 Fomentar el civismo, la responsabilidad y la convivencia en las redes.
	4. Bienestar de las personas trabajadoras en la red	4.1 Velar por las condiciones de trabajo, el desarrollo profesional y el bienestar físico y emocional de las personas trabajadoras en la red.

Red de metro

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Red de metro	5. Gestión y minimización del impacto en el medioambiente	<p>5.1 Reducir el impacto de la actividad de la red de TMB en la contaminación y establecer medidas para minimizar el impacto en el cambio climático.</p> <p>5.2 Incrementar progresivamente el uso de las mejores tecnologías disponibles y de los combustibles más respetuosos con el medioambiente (ambientalización de la flota).</p> <p>5.3 Promover la economía circular y prevenir y gestionar los residuos.</p> <p>5.4 Hacer un uso eficiente y sostenible de los recursos.</p> <p>5.5 Utilizar la energía eléctrica de la red de metro para alimentar la carga de los autobuses, consiguiendo un ahorro en el coste (sinergia infraestructura eléctrica bus-metro).</p>
	6. Renovación y ampliación de material móvil/infraestructuras ferroviarias	<p>6.1 Renovar y ampliar el material móvil ferroviario con criterios de sostenibilidad, eficiencia energética y transformación digital, en línea con el Plan Estratégico de TMB 2025.</p> <p>6.2 Adecuar, mejorar y ampliar las infraestructuras y sistemas ferroviarios para la adecuada prestación del servicio, eficacia en el mantenimiento y eficiencia energética y sostenibilidad, en línea con el Plan Estratégico de TMB 2025.</p> <p>6.3 Digitalizar los servicios y operaciones en estaciones (modelo conceptual estación 2025), haciendo de la estación un espacio sostenible, sensorizado, conectado, seguro e integrado con la ciudad, con una oferta de servicios adecuada a las necesidades de las personas usuarias.</p> <p>6.4 Impulsar el desarrollo de proyectos de la Generalitat para la ampliación de la red de metro.</p>
	7. Nuevos modelos de servicios sostenibles	<p>7.1 Impulsar, en clave de negocio responsable, nuevos modelos de servicios, operación y mantenimiento que maximicen la calidad y seguridad del servicio de metro y la intermodalidad.</p>

Comunicación y Relaciones Institucionales

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Comunicación y Relaciones Institucionales	1. Comunicación corporativa responsable	1.1 Conseguir que los criterios y mensajes asociados a la responsabilidad social y la movilidad sostenible sean atributos esenciales y diferenciales de la marca TMB, como reflejo de su identidad corporativa.
	2. Comunicación y compromiso interno	2.1 Promover una comunicación interna transparente, proactiva y comprensible para favorecer la implicación e interés de las personas trabajadoras en la evolución de TMB y su compromiso en la consecución de los retos de futuro y contribución al desarrollo sostenible.
	3A. Gestión de la responsabilidad social de TMB	3A. 1 Asegurar la ejecución y coordinación del Plan de RSyS en tiempo y forma, fortaleciendo de forma transversal la cultura de la RS en todas las actuaciones y ámbitos de influencia –internos y externos– de TMB.
		3A. 2 Establecer un sistema de indicadores de la RSyS para hacer un seguimiento del impacto derivado de la implantación del Plan de RSyS.
3A. 3 Asegurar la calidad de la comunicación de la responsabilidad social de TMB y del estado de información no financiera con todos los grupos de interés, en forma (principios de calidad) y fondo (principios relativos a los contenidos).		
		3A. 4 Establecer un sistema de comunicación y seguimiento de la evolución del Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad para compartir con los grupos de interés que han participado en su elaboración.

Comunicación y Relaciones Institucionales

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Comunicación y Relaciones Institucionales	3B. Mujer y diversidad	3B.1 Impulsar una cultura de igualdad de oportunidades y no discriminación en todos los procesos de la dinámica organizativa en TMB.
		3B.2 Impulsar la diversidad y su gestión, así como la promoción del talento femenino interno, como un hecho enriquecedor de la vida organizativa de TMB.
		3B.3 Incorporar la mirada de género en el diseño de la movilidad.
	4. Confianza y reputación con los grupos de interés	4.1 Fortalecer la confianza en las relaciones con los diferentes grupos de interés como un activo diferencial de TMB.
	5. Contribución de TMB al desarrollo sostenible y la Agenda 2030	5.1 Asegurar la coherencia entre el Plan Estratégico de TMB 2025, los objetivos del Plan de Responsabilidad Social, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y las metas de la Agenda 2030.

Comunicación y Relaciones Institucionales. Fundación TMB

Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Fundación TMB	1. TMB Educa: educación para la movilidad sostenible	1.1 Enfocar el proyecto educativo de TMB a promover un cambio en la forma de moverse de acuerdo con los criterios de la movilidad sostenible: público/privado, propiedad/uso, eficiencia energética, energías renovables, accesibilidad universal, uso de nuevas tecnologías, cambio climático, alineación con la responsabilidad social y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), etc.
	2. TMB Cultura y transformación social	2.1 Asegurar que los proyectos de TMB Cultura se orientan a la transformación social, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y a promover contenidos, herramientas y espacios de cocreación innovadores para hacer que los proyectos culturales vinculados a TMB mejoren a través de la movilidad la vida de las personas.
	3. Civismo, ciudadanía y responsabilidad	3.1 Fomentar el civismo, la responsabilidad y la convivencia en el ámbito del transporte público.
	4. Cooperación, solidaridad y voluntariado en TMB	4.1 Reactivar las políticas de cooperación y solidaridad, estimulando al voluntariado en TMB y la estructura de participación de los trabajadores y trabajadoras en los programas sociales.

Comunicación y Relaciones Institucionales. Fundación TMB

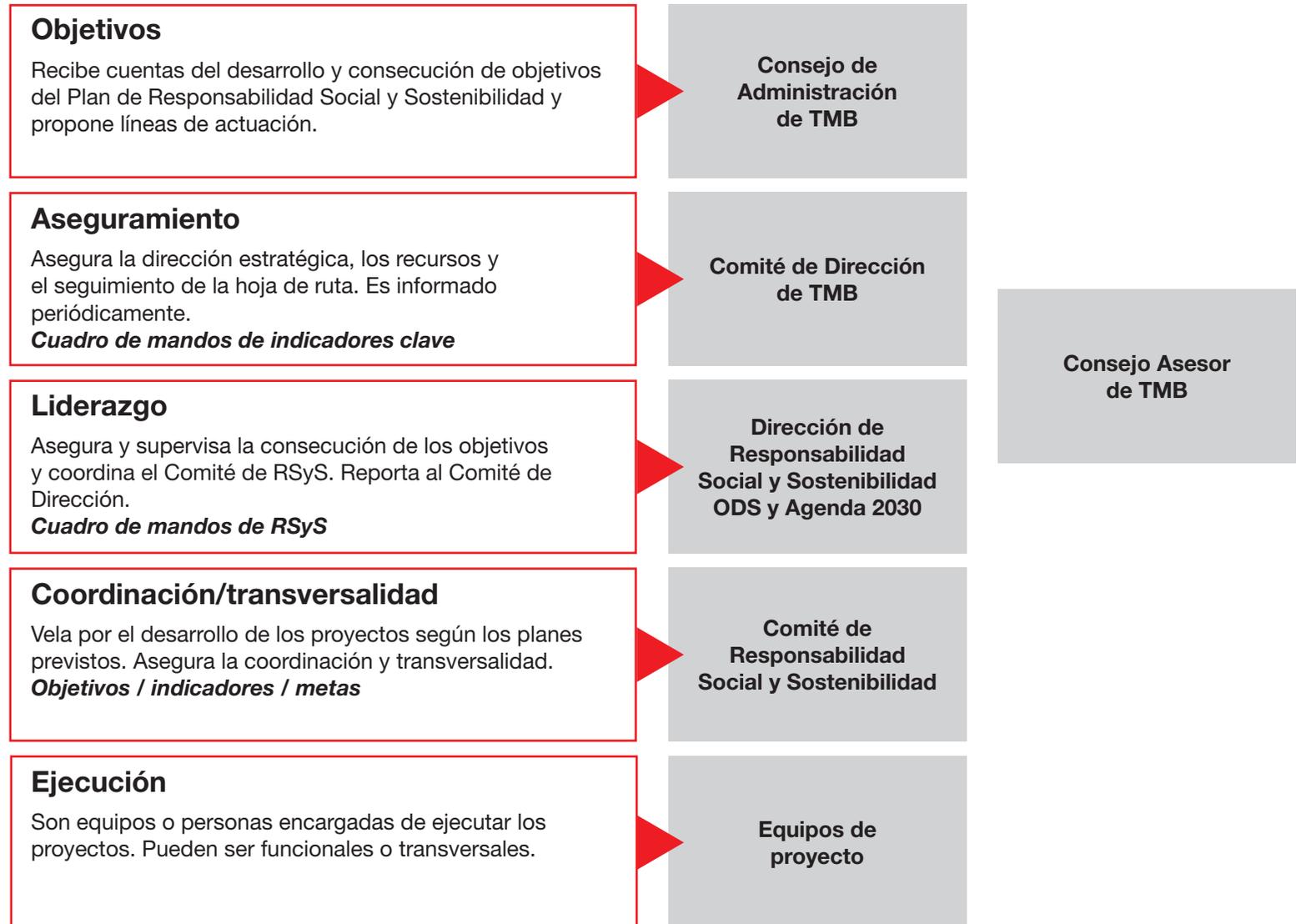
Áreas	Ámbitos de impacto	Objetivos
Fundación TMB	5. Patrimonio histórico de TMB	5.1 Cuidar y hacer difusión del fondo patrimonial de TMB, velando por su conservación como testimonio de la historia del transporte público en Barcelona y como foco de reflexión para valorar su impacto en la transformación social y cómo adecuarlo a las nuevas necesidades de la movilidad sostenible.
		5.2 Colaborar con instituciones, historiadores e investigadores y la ciudadanía en general en torno a la historia de la compañía, facilitando la consulta de documentación histórica a petición.
		5.3 Llevar a cabo el proyecto de la exposición del FONDO HISTÓRICO DE LA FUNDACIÓN TMB.
		5.4 Celebrar el centenario de BUS en 2022, teniendo en cuenta que el mismo año se celebran también los 150 años del tranvía, así como el centenario de la llegada del metro a Barcelona en 2024.
	6. Colaboraciones de la Fundación TMB con terceros	6.1 Alinear las colaboraciones de la Fundación TMB con terceros con los criterios de responsabilidad social y sostenibilidad de la empresa.
		6.2 Gestionar con criterios de calidad y responsabilidad social las colaboraciones con terceros en materia de difusión.

3.2 Mecanismos de gestión

3.2.1 Órganos de gestión, participación y seguimiento

La gestión del Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad se integra en los órganos de gestión existentes en TMB, de forma que no requiere la creación de ninguna estructura de participación específica, ya que se entiende como una “forma de pensar”, de hacer y de entender TMB que afecta de manera transversal a la cultura de toda la organización.

Por lo tanto, a partir de la estructura orgánica de TMB, se establece el siguiente modelo de gobernanza y participación, con indicación de las funciones específicas que se asumen en relación con el presente plan.



3.2.2 Definición y distribución de roles y responsabilidades

Para cada órgano de gestión/participación definido en el cuadro anterior se recoge a continuación una descripción de:

- Sus funciones en relación con el plan.
- Su composición.
- La periodicidad con la cual abordan los proyectos y las acciones derivadas del Plan de RSyS.

Consejo de Administración de TMB

Funciones

- **Conoce y valida las líneas generales de actuación del Plan de RSyS** y las propuestas del/de la consejero/a delegado/a al respecto.
- Es **informado periódicamente** por parte del/de la consejero/a delegado/a.

Composición

- Lo **preside** la persona que marca los **estatutos** y forman parte del mismo los miembros del Consejo de Administración de TMB.

Periodicidad

- Incluye en su agenda la **responsabilidad social y la sostenibilidad de TMB**, como mínimo una vez al año. A propuesta del consejero/a delegado/a, incluye en su agenda ordinaria, si procede, asuntos relativos a dicha materia.

Comité de Dirección de TMB

Funciones

- **Impulsa y asegura el Plan de RSyS** y vela por su integración en el Plan Estratégico de TMB, en su cultura y en el sistema integral de gestión.
- **Realiza el seguimiento de la hoja de ruta** y recibe información de su evolución periódicamente.
- **Valida las líneas de actuación** y las propuestas de la Dirección de RSyS.
- Faculta a la Dirección de RSyS y al Comité de RSyS para **proponer en las diferentes áreas/direcciones** de TMB los programas, proyectos y acciones recogidas en el Plan de RSyS.
- **Aprueba la estructura y composición de los órganos de gobernanza de RSyS**, a propuesta de la Dirección de RSyS.
- **Promueve los valores y la cultura de la responsabilidad social y la sostenibilidad internamente**, de forma transversal en toda la organización, y externamente, en su ámbito de influencia.

Composición

- Lo **preside** el/la consejero/a delegado/a y forman parte del mismo los miembros del Comité de Dirección de TMB.

Periodicidad

- Dedicar como mínimo una **reunión monográfica anual a la RSyS**. A petición de la Dirección de RSyS, incluye en su agenda ordinaria, si procede, asuntos relativos a dicha materia.

Dirección de Responsabilidad Social y Sostenibilidad

Funciones

- Asegura la **ejecución y coordinación del Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad** en tiempo y forma y trabaja para extender de manera transversal la cultura de la RSyS en todas las actuaciones de TMB y en todos sus ámbitos de influencia.
- **Impulsa la elaboración de políticas potenciadoras de la RSyS** y planes de acción en línea con las expectativas cambiantes de los grupos de interés, las tendencias generales y la realidad de la empresa.
- **Lidera y coordina el Comité de RSyS**, dando apoyo, realizando el seguimiento y asegurando la implicación de sus miembros y la transversalidad de los proyectos.

- **Coordina los diferentes órganos de participación**, estimulando el compromiso y resolviendo las situaciones problemáticas.
- **Vela por la adecuada definición e implantación del marco de relaciones con las partes interesadas o grupos de interés**, manteniendo abiertos los canales de diálogo que garanticen altos estándares de comunicación y confianza mutua.
- **Representa a TMB** en foros, jornadas y organismos de RSyS.
- **Identifica y evalúa los riesgos y oportunidades de RSyS** potenciando la innovación y facilitando los canales necesarios para la mejora continua.
- **Define**, en colaboración con el Comité de RSyS, **el sistema de evaluación y seguimiento periódico de los indicadores clave de RSyS** en los diferentes ámbitos y propone acciones de mejora.
- **Impulsa la participación, la implicación** y, si procede, **el liderazgo de TMB** en iniciativas colaborativas externas que potencien la cultura de la RSyS en su ámbito de influencia, a escala local e internacional.
- **Se coordina con los departamentos de comunicación** (internos y externos) velando por la coherencia comunicativa con los valores de la RSyS.
- **Reporta** al Comité de Dirección de TMB.

Composición

- La persona que ocupa esta posición en TMB, con el **apoyo de las personas de su equipo y del Comité de RSyS**.

Periodicidad

- Su **dedicación es continuada y exclusiva** para desplegar e implantar el Plan de RSyS, velando permanentemente por asegurar de forma transversal la cultura de la RSyS en todas las actuaciones de TMB y en todos sus ámbitos de influencia.

Comité de Responsabilidad Social y Sostenibilidad

Funciones

- **Colabora con la Dirección de RSyS** en la planificación, coordinación, implantación, seguimiento y mejoras del Plan de RSyS.
- **Coordina, impulsa, da apoyo y realiza el seguimiento de los proyectos de RSyS** en los diferentes ámbitos de actuación con los departamentos responsables de su ejecución. Los miembros del Comité de RSyS son los referentes/corresponsales internos de RSyS; todos los proyectos de RSyS tienen como mínimo un referente identificado.
- **Promueve y difunde la cultura y valores de la responsabilidad social y la sostenibilidad** de forma capilar y transversal dentro de la empresa.
- **Contribuye con la Dirección de RSyS** a identificar nuevas oportunidades, a elevarlas al Comité de Dirección de TMB y a implantarlas una vez aprobadas.
- Participa con la Dirección de RSyS en la **implantación del marco**

de relaciones con las partes interesadas y en la consecución y mantenimiento de altos niveles de confianza con todas ellas.

- Coopera con la Dirección de RSyS en la **identificación y evaluación de riesgos y oportunidades de RSyS**.
- Asegura y aplica en la práctica del día a día la necesaria **transversalidad del Plan de RSyS**.
- **Reporta a la Dirección de RSyS**.

Composición

- **Lo preside la Dirección de RSyS** y estará formado por las personas responsables de cada área funcional y operativa de TMB que se designen a tal efecto por parte de las respectivas direcciones.

Periodicidad

- Se reúne con una **periodicidad semestral** y siempre que la Dirección de RSyS lo requiera.

Equipos de proyecto de responsabilidad social y sostenibilidad

Funciones

- **Ejecutan los proyectos y actuaciones** recogidos en el Plan de RSyS.
- **Colaboran e informan periódicamente de la evolución de los proyectos** al referente correspondiente del Comité de RSyS.
- Participan activamente en el **análisis de riesgos y oportunidades**.

- Elevan al Comité de RSyS **propuestas y recomendaciones** para mejorar el cumplimiento de TMB en su RS.
- **Actúan coordinadamente con otras áreas y ámbitos de actividad de TMB** para asegurar de forma transversal el éxito del Plan de RSyS.

Composición

- **Son personas o equipos de personas, de cada área funcional,** de negocio o con composición transversal, con competencias específicas para ejecutar los proyectos que se derivan de los objetivos planteados en las diferentes áreas para fortalecer la RSyS en TMB. Son propuestas y consensuadas entre las personas interesadas, sus jefes y la dirección de RSyS. La dependencia es de los jefes de las direcciones más directamente relacionadas con los respectivos proyectos.

Periodicidad

- **En función de la planificación concreta realizada para cada proyecto** y su correspondiente duración.

Consejo Asesor de TMB

La estructura de participación definida en clave interna se complementa con el Consejo Asesor de TMB como órgano consultivo y como espacio de diálogo con las partes interesadas. Es concebido como un instrumento de representación de los diferentes grupos de interés y de estímulo a la participación de la sociedad y de sus agentes en la toma de decisiones y, con respecto a este documento, en las cuestiones relativas a la RSyS de TMB.

Sus funciones, composición y periodicidad de los encuentros, así como el reglamento de funcionamiento y de organización, se desarrollan en el contexto de implantación del Plan Estratégico de TMB 2025. Sus funciones en relación con el Plan de RSyS son las siguientes:

Funciones

- **Colabora con TMB en la definición y seguimiento de los criterios, objetivos y planeamiento estratégico de la RSyS de TMB.**
- **Contribuye a realizar el seguimiento del Plan de RSyS** y aporta ideas para que TMB dé respuesta de forma equilibrada a las expectativas de los diferentes grupos de interés de TMB.
- **Recibe información periódicamente de la evolución del Plan de RSyS de TMB.**
- Contribuye a **identificar y establecer mecanismos de diálogo** con cada una de las partes interesadas de TMB.
- **Recibe información periódica del resultado de las consultas**

y de las acciones de diálogo con las partes interesadas –sus necesidades y expectativas, su valoración de la respuesta de TMB a las mismas, sus ideas para mejorar y la evolución de los indicadores de confianza.

- Realiza **propuestas sobre los programas y proyectos** más prioritarios para enfocarlos y adaptarlos a la satisfacción de las partes interesadas y a las prioridades de la agenda social donde TMB pueda influir.
- **Promueve la cultura y los valores de la responsabilidad social y la sostenibilidad** entre las partes interesadas de TMB y en la sociedad en general.
- **Colabora con TMB, desde su visión externa y colegiada**, en la identificación y evaluación de sus riesgos y oportunidades en términos de RSyS, contribuyendo a su innovación y mejora continuada.

Composición

- **Lo preside la Presidencia de TMB.** La vicepresidencia recae en el/la consejero/a delegado/a. Forman parte del mismo una representación de los principales grupos de interés de TMB y, si procede, la Dirección de RSyS.

Periodicidad

- **Se reúne anualmente** a propuesta de la Presidencia, del/de la consejero/a delegado/a de TMB.

3.3 Sistema de *reporting*. Memoria de responsabilidad social y sostenibilidad

La gestión de la responsabilidad social requiere un compromiso explícito en dos ámbitos:

- a) **En la manera de pensar** la empresa, es decir, en la manera de entender TMB como empresa, de construir su cultura, su identidad, en las declaraciones institucionales –cómo son el propósito, misión, visión y valores– y en su planteamiento estratégico. Todo ello representa los ejes que orientan la acción.
- b) **En la manera de actuar**, es decir, en la gestión cotidiana de la RSyS, vehiculada en el caso de TMB a través de los objetivos, indicadores y metas que cada una de las áreas en particular, de todas ellas en conjunto y de forma transversal asumen con el fin de avanzar y progresar en la consecución de los ODS con el horizonte puesto en 2030.

El compromiso en estos dos ámbitos es necesario, pero no suficiente. Es necesario también el compromiso de rendir cuentas, con transparencia, de los objetivos planteados y los hitos conseguidos en todas las partes y grupos que tienen intereses legítimos en TMB.

Para ello, TMB se compromete a elaborar y publicar anualmente la Memoria de responsabilidad social y sostenibilidad, en la cual presenta públicamente los impactos económicos, ambientales, sociales, éticos y de gobernanza y, por lo tanto, sus contribuciones (positivas o negativas) a

los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para estructurar la memoria, TMB sigue *a priori* como principal referencia los estándares GRI, aceptados a nivel internacional. Los estándares GRI crean un lenguaje común para las organizaciones y grupos de interés, con el cual los impactos económicos, ambientales, sociales, éticos y de gobernanza de las organizaciones pueden ser comunicados y comprendidos.

Los estándares se han diseñado para fomentar la comparabilidad y calidad de la información sobre dichos impactos y posibilitar mayor transparencia y rendición de cuentas por parte de las organizaciones.

Con esta referencia técnica, TMB pretende proporcionar una representación equilibrada y razonable de las contribuciones positivas y negativas para permitir a los grupos de interés internos y externos formarse opiniones y tomar decisiones informadas sobre los servicios de TMB y su contribución a una sociedad más ética, humana y sostenible.



A large, semi-transparent orange number '4' is positioned on the left side of the slide, serving as a background element for the title.

Hoja de ruta

“El horizonte es la patria del ser humano”.
Eduardo Chillida

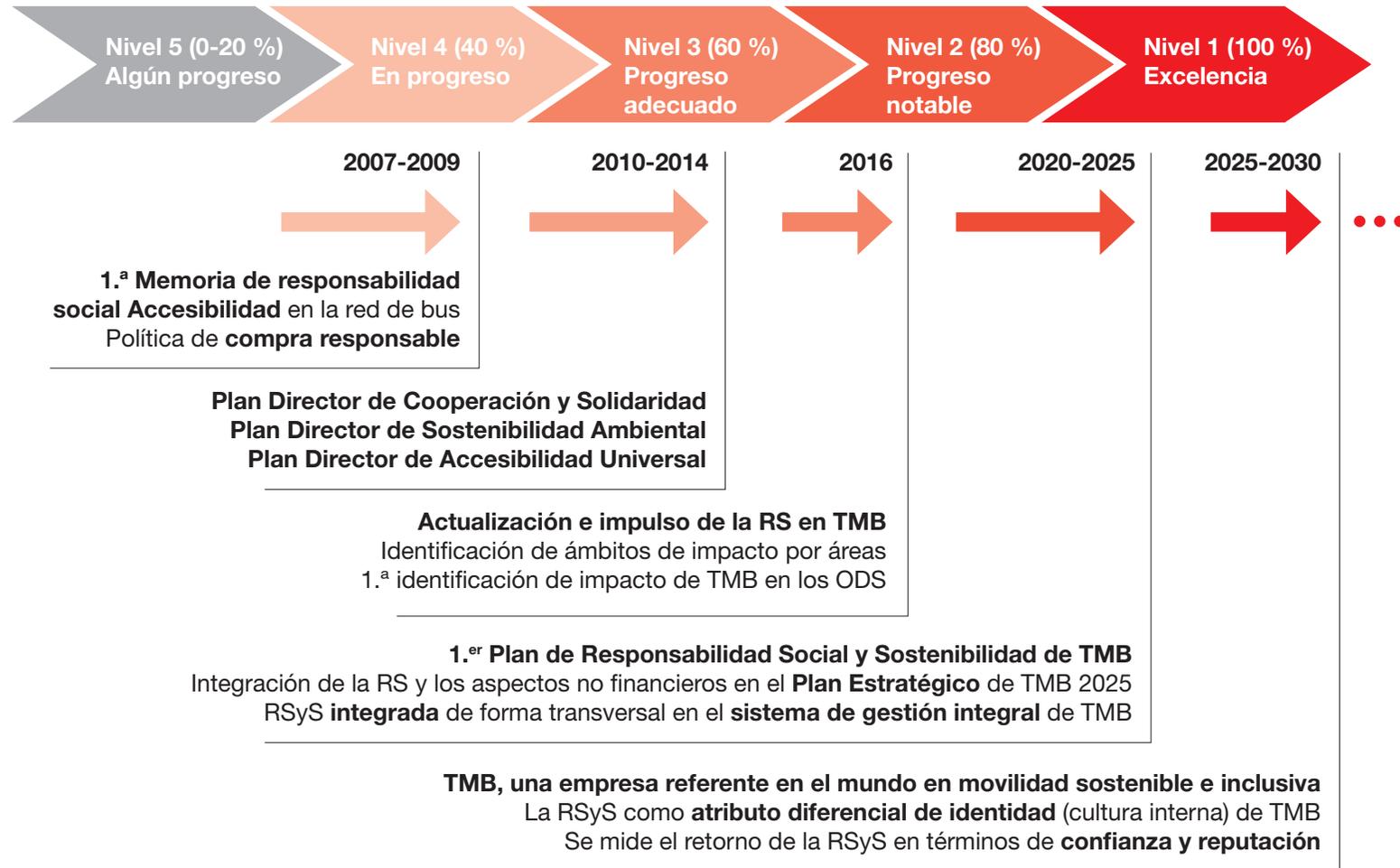
4.1 Visión panorámica. Horizonte 2030

Dibujamos a continuación la visión panorámica de la evolución de la RSyS en TMB contemplando desde la primera memoria de responsabilidad social elaborada en 2008-2009 hasta el horizonte 2030.

Con el presente Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad se pretende dar un salto cualitativo adelante y consolidar el retorno que implica la apuesta de TMB por la responsabilidad social, en clave interna, en términos de compromiso de las personas que trabajan con la empresa, y en clave externa, en términos de incremento de reputación y confianza por parte de todas las partes interesadas e interlocutores con los cuales se relaciona TMB. Todo ello, con el propósito de elevar la mirada con una apuesta firme y radical para contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030.

Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad

Contribución de TMB a los ODS y la Agenda 2030



De 0 % a 20 %: sin evidencias o alguna o actividad aislada.

De 25 % a 40 %: existen evidencias pero sin integración en la gestión/políticas/estrategias de TMB.

De 45 % a 50 %: evidencias integradas en la gestión/políticas/estrategias de TMB, pero con posibilidades significativas de mejora.

De 65 % a 80 %: evidencias integradas en la gestión/políticas/estrategias de TMB, pero con algunas posibilidades de mejora.

De 85 % a 100 %: las evidencias se suceden durante varios ejercicios, forman un conjunto coherente y hacen que TMB sea un referente en RS y sostenibilidad.

4.2 Indicadores clave de seguimiento

En el trabajo transversal que hemos desplegado con todas las áreas de la empresa se reflejan los ámbitos de impacto y los objetivos, indicadores y metas concretas que hemos consensuado para avanzar en una primera fase de implantación del plan.

No obstante, en este mismo proceso iremos definiendo, en colaboración con los grupos de interés, los indicadores más genéricos y sintéticos que nos sirvan para ir evaluando y realizar un seguimiento global de nuestro nivel de progreso en la contribución a una plena movilidad sostenible e inclusiva con este horizonte 2030.

En este contexto, incluimos a continuación las siguientes consideraciones, fruto de nuestras reflexiones llevadas a cabo en el proceso de elaboración de este documento, en relación con los indicadores más globales que sintetizan y representen la gestión global de la responsabilidad social de TMB.

Consideraciones

Una primera referencia para obtener unos indicadores globales de la gestión de la responsabilidad social es la vigente **Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad**, que obliga a TMB a publicar su **estado de información no financiera**. Esta ley marca un antes y un después en la historia de la responsabilidad social, ya que establece por primera vez la obligación legal de informar públicamente sobre los aspectos no financieros –ambientales, sociales y de ética y gobernanza.

Una referencia para confeccionar los indicadores, incluida en las sugerencias de la propia Ley 11/2018, es un estándar de referencia a escala internacional que desde el año 2000 se utiliza de forma mayoritaria para elaborar informes de responsabilidad social y sostenibilidad –que en términos de la ley se asimila al estado de información no financiera (EINF)–; dicha referencia, en su versión actual, se denomina **estándares de la Global Reporting Initiative (GRI)**.

Además de estas dos consideraciones previas, una de las funciones principales de la responsabilidad social de una empresa es la de asegurar que los indicadores informados en las memorias de sostenibilidad –o en el estado de información no financiera, siguiendo la terminología de la ley– sigan un determinado nivel de calidad para alcanzar dos objetivos:

- a) Que sean útiles para la empresa, con respecto a la propia gestión interna de sus impactos financieros y no financieros, y
- b) Que sea una herramienta que garantiza las necesidades de información y la rendición de cuentas a sus grupos de interés.

Una base esencial para conseguirlo es que la información y sus indicadores estén elaborados siguiendo los **principios para la elaboración de los informes** recogidos en el apartado “Fundamentos” de la GRI. Estos principios son de dos tipos:

- Por una parte, los **principios relativos a la definición de los contenidos** del informe, como son el análisis de materialidad, la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad

- (Agenda 2030) y la exhaustividad.
- Por otra, los **principios relativos a la calidad de los indicadores**, como la precisión, equilibrio, comparabilidad, claridad, fiabilidad y puntualidad.

Indicadores esenciales de responsabilidad social

A partir de estas consideraciones y dado que:

- La consideración de los impactos no financieros y su integración en el sistema de gestión integral tiene para TMB una importancia creciente y
- Los indicadores específicos y sus respectivas metas de cumplimiento de los aspectos financieros y no financieros –ambientales, sociales y de ética y gobernanza– ya los reportarán las diferentes áreas de TMB.

Recogemos a continuación una descripción de cinco indicadores que podrían ser globalmente representativos de la gestión de la responsabilidad social de TMB, y que podrían incluirse en el sistema de gestión integral de la empresa, aparte de otros que también se consideren. Los agrupamos siguiendo los dos tipos de principios para la elaboración de informes de sostenibilidad de la GRI.

Indicadores relativos a los principios para la definición de los contenidos del EINF (según GRI)

Los siguientes indicadores reflejan el impacto de las actuaciones de TMB en la percepción que los grupos de interés tienen sobre la ética y la integridad de TMB, su reputación y la confianza que depositan en la empresa.

Indicador 1

Denominación: Índice de confianza (global y por grupo de interés)

Unidades de medida: Nivel de confianza, a partir de un cuestionario de confianza según una escala de 1 a 10.

Origen de los datos: respuesta de los diferentes grupos de interés de TMB al cuestionario de confianza.

Periodicidad: puede alternarse trimestral, semestral o anualmente el análisis de confianza con los diferentes grupos de interés.

Indicador 2

Denominación: Índice de coherencia percibida (global y por grupo de interés)

Unidades de medida: nivel de coherencia percibida entre [lo que decimos] en las declaraciones institucionales y [lo que hacemos] en el día a día, según una escala de 0 a 10.

Origen de los datos: respuesta de los diferentes grupos de interés de TMB al cuestionario de coherencia percibida/importancia atribuida.

Periodicidad: puede alternarse trimestral o semestralmente el análisis de coherencia percibida con los diferentes grupos de interés.

Indicador 3

Denominación: Índice de reputación (global y por grupo de interés)

Unidad de medida: Nivel de reputación, a partir de los datos del estudio *RepTrak* (*Reputation Institute*) en una escala de 0 a 100, u otras referencias.

Origen de los datos: respuesta de los diferentes grupos de interés de TMB al estudio *RepTrak*.

Periodicidad: puede alternarse trimestral, semestral o anualmente el estudio de reputación con los diferentes grupos de interés.

Relativo a los principios de calidad de los indicadores del EINF (según GRI)

Estos son dos indicadores que tienen que ver con el cumplimiento de los requisitos de calidad de la información publicada en la memoria de sostenibilidad y, por otra parte, con el nivel de consecución de las metas planteadas sobre el total.

Indicador 4

Denominación: Índice de calidad de los indicadores de la memoria de sostenibilidad

Unidades de medida: número y porcentaje de indicadores sobre el

total de indicadores del EINF que reúnen los requisitos de calidad, según la GRI, clasificados en nivel de calidad alto, medio y bajo.

Origen de los datos: Sistema de indicadores de gestión de la responsabilidad social de TMB. Análisis de calidad de los indicadores incluidos en la memoria.

Periodicidad: trimestral, semestral o anual, en función de la disponibilidad de los datos.

Indicador 5

Denominación: Nivel de consecución de los objetivos/metas planteados con respecto a los objetivos/metas de responsabilidad establecidos para el ejercicio.

Unidades de medida: número y porcentaje de metas alcanzadas sobre el total de metas a alcanzar con respecto a los objetivos de RSyS establecidos en el ejercicio; clasificación en nivel de consecución alto, medio y bajo.

Origen de los datos: Sistema de objetivos/metas y de indicadores de gestión de la responsabilidad social de TMB. Análisis de la consecución de las metas establecidas en relación con los objetivos de RSyS para el ejercicio, desagregados por direcciones/áreas.

Periodicidad: trimestral, semestral o anual, en función de la disponibilidad de los datos.

4.3 Acciones de lanzamiento y puesta en marcha

La implantación efectiva del Plan de RSyS requiere prestar especial atención al firme impulso de una serie de acciones especialmente importantes para una correcta puesta en marcha. Por otra parte, si no se presta el cuidado suficiente en un lanzamiento efectivo, pueden producirse retrasos que generen ineficiencias y pérdida de la implicación generada en las personas de las diferentes áreas de TMB que han participado activamente en su elaboración.

Se relacionan a continuación las siguientes actuaciones para asegurar una correcta puesta en marcha del plan:

1. **Presentación del Plan de Responsabilidad Social y Sostenibilidad de TMB** al Comité de Dirección y al Consejo de Administración.
2. **Puesta en marcha de la estructura de participación:** realización de la primera reunión del Comité de RSyS, para iniciar el reparto de roles y tareas y operativizar la puesta en marcha.
3. **Revisión y priorización de los objetivos, indicadores y metas de cada área,** con la asignación de las personas responsables.
4. **Diseño e implantación de una campaña de difusión,** sensibilización y comunicación interna sobre el nuevo Plan de RSyS.
5. **Establecimiento de las acciones para ejecutar la integración de los aspectos no financieros** en el sistema de gestión integral de TMB.

6. **Diseño e implantación de una campaña de difusión**, sensibilización y comunicación externa sobre el nuevo Plan de RSyS.
7. **Calendario de las acciones prioritarias de cada área** y realización de las primeras reuniones de proyecto.
8. **Dotación de los recursos necesarios para la implantación del Plan de RSyS**: facultar y dotar de tiempo, espacios y herramientas a las personas implicadas, y dotación, si procede, de inversiones o gastos asociados en los proyectos que lo requieran.
9. **Primeras acciones de análisis y seguimiento del estado de la puesta en marcha del plan**: detección de puntos fuertes, puntos débiles, barreras, acciones correctivas, primer informe de *reporting*.



**Transports
Metropolitans
de Barcelona**